

RAPPORT RSE 2023

Rapport sur la responsabilité sociétale de l'entreprise.



AFFLELOU

www.afflelou.com

TABLE DES MATIÈRES



P.05 À propos de ce rapport
P.07 Incarner les engagements du Groupe AFFLELOU

P.08 Notre mission

P.08 PLUS DE 50 ANS DE SAVOIR-FAIRE
P.10 NOTRE IDENTITÉ
P.16 GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

P.19 #1 Gouvernance & Ethique

P.21 INTÉGRER LA RSE À LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE
P.32 INTÉGRER L'ÉTHIQUE DANS NOS PRATIQUES ET RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES

P.37 #2 Salariés

P.39 ATTIRER ET FIDÉLISER LES TALENTS
P.42 ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS TALENTS
P.45 LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET FAVORISER LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION
P.49 FAVORISER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL DE QUALITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS

P.55 #3 Franchisés

P.57 SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE DE NOTRE RÉSEAU DE FRANCHISES

P.64 #4 Clients & société

P.67 AGIR AU QUOTIDIEN POUR AMÉLIORER LA SATISFACTION ET L'EXPÉRIENCE CLIENT
P.69 PROPOSER DES PRODUITS ET SERVICES INNOVANTS ET ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE
P.76 SENSIBILISER NOS CLIENTS ET LA SOCIÉTÉ AUX ENJEUX DE SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE

P.86 #5 Environnement

P.89 LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS PRODUITS ET EMBALLAGES SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE
P.95 RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE NOS ACTIVITÉS ET NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

P.98 #6 Fournisseurs & produits

P.101 DÉVELOPPER DES RELATIONS RESPONSABLES AVEC NOS FOURNISSEURS
P.104 GARANTIR LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DE NOS PRODUITS ET SERVICES

P.106 Note méthodologique

P.108 Annexes



AVANT-PROPOS

Dans un monde qui change et qui innove en permanence pour répondre aux problématiques environnementales et aux inégalités sociétales, on attend d'une entreprise qu'elle soit engagée, plus responsable, plus éthique et plus sociale.

En tant qu'acteur de santé, nous portons une mission de bien commun : faciliter l'accès aux produits et aux services qui améliorent la santé et le confort visuel et auditif de tous. A la fois opticien et acousticien, nous développons des solutions pour construire un monde plus responsable.

Nous avons la conviction que le digital est une source d'opportunités et de progrès. En France, nos 150 magasins équipés du dispositif de téléconsultation ophtalmologique facilitent l'accès aux soins dans les zones de déserts médicaux.

Notre responsabilité ne se réduit pas à équiper les personnes, nous sommes aussi engagés à les sensibiliser aux problèmes optiques et auditifs. Notre Fondation agit depuis plusieurs années en faveur de la prévention et du diagnostic des troubles visuels et auditifs de personnes défavorisées, et notamment des enfants, en Espagne et au Maroc.

Au-delà de cette dimension sociétale fondamentale, notre Feuille de route RSE couvre d'autres enjeux clés pour notre Groupe et nous avons souhaité accélérer son déploiement opérationnel en 2023. Afin de favoriser cette dynamique, nous avons identifié des Référents RSE en interne au sein de chaque département ainsi que les chantiers prioritaires à mener à court et moyen-terme de façon collective.

Parmi nos projets phares, nous avons notamment réalisé notre premier bilan carbone Groupe et nous sommes actuellement en train de fixer les objectifs et d'identifier les actions de réduction des émissions de gaz à effet de serre liées à nos activités, pour lesquelles nous mobiliserons nos différents partenaires.

Toujours dans un esprit d'innovation et de progrès permanent, nous développerons davantage, les prochaines années, l'économie circulaire en intégrant des matériaux à plus faible impact environnemental dans nos produits et en leur donnant une seconde vie.

Ensemble, nous traçons un avenir où la santé visuelle et auditive devient accessible à tous. Par nos actions, nous façonnons un monde où la responsabilité et l'innovation se rencontrent pour créer un impact durable. Engagés aujourd'hui, nous bâtissons le monde de demain, un monde où la vue et l'audition sont des piliers d'égalité et d'épanouissement.





INCARNER LES ENGAGEMENTS du Groupe AFFLELOU

Depuis plus de 50 ans, nous facilitons l'accès à des produits et services contribuant à améliorer la santé et le confort visuel et auditif des personnes, afin d'améliorer leur quotidien. Nous nous engageons à mener nos activités en prenant soin de nos équipes et de nos partenaires commerciaux (franchisés, fournisseurs et clients finaux), en respectant l'environnement dans lequel nous évoluons, et en nous conformant aux pratiques et comportements éthiques.

Ce Rapport RSE décrit l'intégration de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) à la stratégie globale du Groupe AFFLELOU, les principaux projets et initiatives en la matière, menés en 2023 par les différentes entités et équipes, ainsi que la performance atteinte.

Il a pour objectif de fournir à l'ensemble de nos parties prenantes des informations sur les actions et les progrès réalisés en matière de RSE. Notre intention est d'être transparents, non seulement sur la manière dont nous poursuivons nos objectifs, mais également sur les défis auxquels nous sommes confrontés pour les réaliser.

En 2023, nous avons poursuivi le déploiement de notre Feuille de route RSE Groupe, celle-ci se décline en 6 piliers et 14 engagements autour desquels ce Rapport RSE est articulé.

Dans une dynamique d'amélioration continue, ce Rapport RSE sera mis à jour et enrichi annuellement. Il est également la base de nos engagements et objectifs futurs relatifs aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux prioritaires. Certains indicateurs et objectifs de performance issus de notre Feuille de route RSE sont en cours de définition et leur suivi opérationnel sera mis en place sur les prochains exercices.

Pour plus de détails sur la méthodologie du rapport, veuillez-vous référer à la « Note méthodologique » à la fin du document.



NOTRE MISSION

Tout le monde a le droit de bien voir et bien entendre, et être équipé de lunettes ou d'un appareil auditif ne devrait pas être un obstacle. En tant que distributeur de produits optiques et d'aides auditives et prestataire de services (examens visuels et auditifs), notre objectif est d'offrir systématiquement la meilleure solution au meilleur prix et de répondre aux besoins multiples de nos clients.

Nous pensons que, quel que soit votre problème de vue ou d'audition, chacun doit pouvoir profiter de sa vie quotidienne en toute liberté.

AINSI, NOTRE MISSION EST DE FACILITER L'ACCÈS AUX PRODUITS ET SERVICES QUI AMÉLIORENT LA SANTÉ ET LE CONFORT VISUELS ET AUDITIFS DES PERSONNES.

PLUS DE 50 ANS DE SAVOIR-FAIRE

M. Alain Afflelou, fondateur de notre Groupe

L'histoire de notre Groupe est profondément liée au parcours professionnel de son fondateur, Monsieur Alain Afflelou. En juin 1962, Alain Afflelou quitte son Algérie natale pour la France à l'âge de 14 ans. Après une première année scolaire à Marseille, il déménage pour Bordeaux où il obtient son baccalauréat en 1967. Puis, en 1971, à l'âge de 23 ans, il obtient un double diplôme d'opticien et d'audioprothésiste.

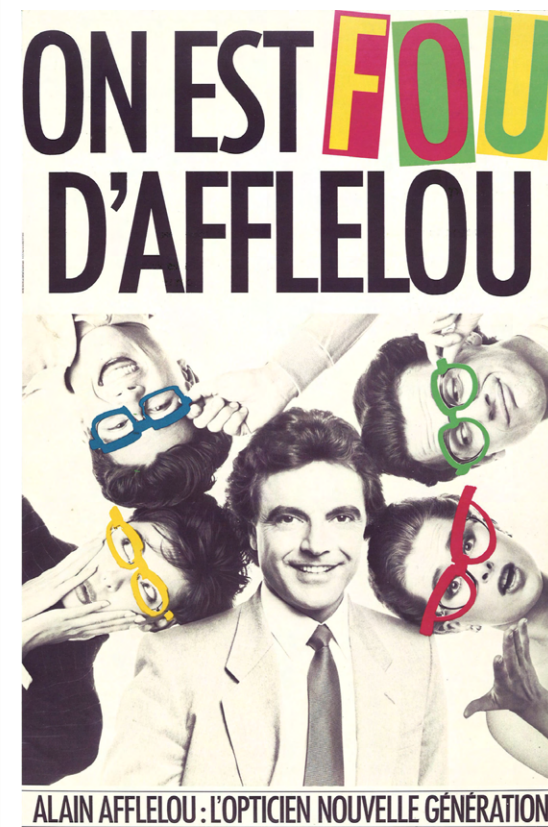
M. Alain Afflelou ouvre son premier magasin d'optique en 1972 au Bouscat, dans la banlieue bordelaise. Il se rend rapidement compte que les lunettes sont considérées comme un fardeau par les Français. Au début des années 1970, les lunettes sont déjà considérées comme trop chères et sont peu remboursées.

En 1978, il lance alors sa première proposition commerciale révolutionnaire avec les montures à moitié prix sur toutes les marques, le tarif restant identique pour les verres correcteurs et les lentilles. La même année, M. Alain Afflelou lance son développement en franchise, avec l'ouverture de trois premiers magasins.

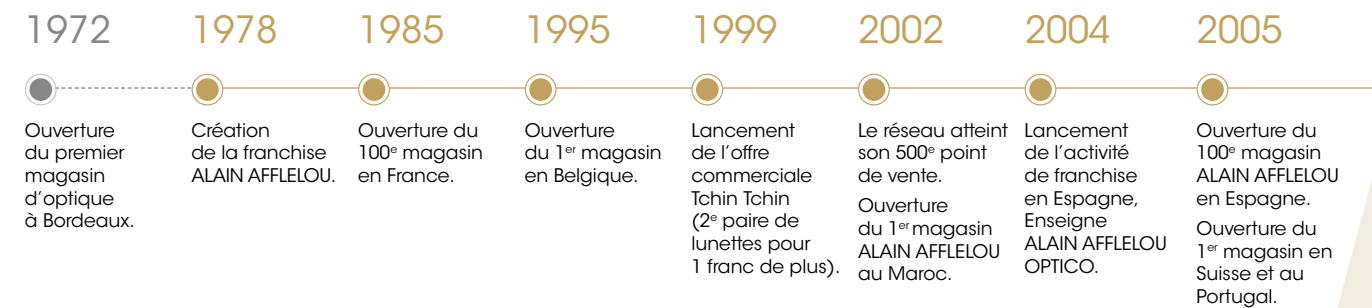
50 ans après la création de l'enseigne, M. Alain Afflelou reste l'un des entrepreneurs préférés des Français. En 2018, le Groupe a été choisi comme "La marque la plus importante dans la vie des Français et la plus fiable dans le secteur de l'optique". En 2021, M. Alain Afflelou a également été élu par le magazine Forbes comme le troisième chef d'entreprise préféré des Français. Selon le sondage réalisé, M. Alain Afflelou symbolise la réussite et privilégie les besoins de ses clients¹.

En 2022, un nouveau chapitre s'est ouvert pour le Groupe AFFLELOU avec la nomination de Monsieur Anthony Afflelou en qualité de Président. Son parcours riche en expériences et en apprentissages au sein de diverses entités et directions du Groupe (chef de projet en communication interne, manager développement international, manager transformation digitale, Directeur Marketing, Directeur Général Marketing et Communication), confère à Anthony Afflelou une vision stratégique des marchés de l'optique et de l'audio, essentielle pour appréhender, comprendre et analyser les besoins des clients.

¹ Source : Enquête Forbes, parue dans le magazine Forbes n° 14 - 2021.



ÉTAPES CLÉS DU GROUPE AFFLELOU



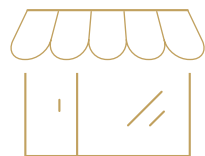
NOTRE IDENTITÉ

Chez ALAIN AFFLELOU, notre raison d'être est de construire un monde sans barrières où l'on est bien et où l'on se sent bien. C'est avec cette promesse que nous innovons dans le monde de l'optique depuis 50 ans. Nous défendons deux idées auxquelles nous croyons fermement : le port de lunettes ou d'appareils auditifs ne devrait pas être un problème et chacun mérite d'être libre de profiter de sa vie quotidienne.

Fondé en France en 1972 par Monsieur Alain Afflelou, le Groupe AFFLELOU est aujourd'hui le leader européen de la franchise en tant qu'opticien et acousticien. Opérant dans 19 pays, notre réseau totalise 1 440 magasins à travers le monde. Les équipes du Groupe AFFLELOU se composent de plus de 1 400 femmes et hommes qualifiés (sièges et magasins succursales), travaillant main dans la main avec plus de 800 propriétaires de magasins franchisés.



19 PAYS



1 440 MAGASINS
(succursales & franchisés)
PLUS DE 800

PROPRIÉTAIRES DE MAGASINS,
FRANCHISÉS REPRÉSENTANT,
avec notre Groupe

PLUS DE
5 500 PERSONNES EMPLOYÉES
SUR L'ENSEMBLE DU RESEAU



ENVIRON
1 MD€ VENTES TOTALES
AU SEIN DU RESEAU
(magasins succursales
et franchisés)



ENVIRON
370
COLLABORATEURS
PERMANENTS DANS NOS BUREAUX

PLUS DE
1 000
COLLABORATEURS
AU SEIN DE NOS MAGASINS SUCCURSALES

L'innovation a toujours été au cœur de l'identité du Groupe AFFLELOU. Inspirés par notre fondateur, nous sommes passionnés par la remise en question et l'exploration de nouvelles façons de faire pour nous perfectionner à tous les niveaux. L'entrepreneuriat faisant partie de notre ADN, nous mettons également tout en œuvre pour attirer de nouveaux talents qui deviendront nos futurs collaborateurs et/ou franchisés.

Chaque innovation - produit, offre ou concept - est conçue pour répondre aux besoins et aux problématiques rencontrées par nos clients finaux. Nous orientons ardemment nos recherches pour obtenir la combinaison optimale entre nouvelles technologies, qualité et durabilité des matériaux, confort, design et accessibilité des prix. L'observation et la collecte d'informations sur les besoins des personnes ont toujours été au cœur de notre démarche.

VISION ET VALEURS

Contribuer à un monde sans barrières pour profiter de chaque moment de la vie

Nous nous efforçons de construire un monde sans barrières pour que les gens profitent de chaque moment de leur vie et se sentent bien. Un monde dans lequel nos clients sont pleinement intégrés et s'émancipent des préjugés et des complications. Nous voulons également être une entreprise à l'avant-garde de l'innovation dans les domaines de la vision et de l'audition. Tout ce que nous faisons chez AFFLELOU vise à soutenir nos équipes et à améliorer le bien-être de nos clients.

Nous souhaitons être reconnus comme une marque inspirante et utile qui fait une réelle différence dans la vie quotidienne de nos clients. Le Groupe AFFLELOU est ancré dans la société et joue un rôle important en termes de bienfaits personnels (santé, bien-être, loisirs, etc.) et collectifs (économie, bien-être au travail).

NOS VALEURS

Les valeurs qui animent les équipes du Groupe AFFLELOU au quotidien sont l'innovation (progresser et se réinventer pour apporter les meilleures solutions du marché à nos clients), le dynamisme (renforcer notre expertise et être agile dans un monde en pleine mutation), le leadership (conforter notre position, apporter le meilleur de nous-même, en s'appuyant sur des équipes soudées, épanouies et orientées vers le service client), l'engagement (s'impliquer au quotidien, être attentifs à nos clients, respecter nos partenaires et veiller au développement de nos collaborateurs) et la confiance (être digne de confiance et faire confiance).



COMPORTEMENTS FONDAMENTAUX

À partir de nos valeurs, nous avons identifié des comportements fondamentaux que nous promovons activement en interne et que nous partageons avec nos partenaires commerciaux :

- Nous sommes pleinement engagés dans les priorités de l'entreprise
- Nous faisons preuve d'éthique, d'intégrité et de respect, d'engagement, de perfectionnement au quotidien, autant d'atouts qui renforcent notre image et notre notoriété auprès du public
- Nous créons un environnement basé sur le partenariat et la confiance ; le mode d'organisation en franchise repose sur un partenariat de confiance entre deux entrepreneurs, le franchiseur et le franchisé
- Nous aimons dialoguer, partager et écouter
- Nous recherchons des solutions agiles, originales et de qualité pour répondre aux besoins de nos clients
- Là où d'autres voient des problèmes, nous voyons des opportunités d'innover, en mettant en œuvre de nouvelles technologies et façons de travailler
- Nous nous adaptons rapidement aux changements et aux exigences de notre environnement professionnel
- Nous sommes cohérents : nous annonçons ce que nous faisons ou allons faire et nous le faisons

MISSION

Faciliter l'accès aux produits et services qui améliorent la santé et le confort visuels et auditifs des personnes



PILERS

« Tout le monde a le droit de bien voir et bien entendre »

« Il ne s'agit pas d'être le meilleur, mais de faire de son mieux »

« Le savoir-faire est aussi important que le faire savoir »



VISION

Construire un monde sans barrières, pour profiter de chaque instant de la vie et se sentir bien, dans lequel nos clients sont pleinement intégrés et s'affranchissent des préjugés et des complexes.



UN RÉSEAU BIEN ÉTABLI DISPOSANT D'UNE PRÉSENCE MONDIALE

À partir d'une base historique en France, le groupe AFFLELOU est aujourd'hui devenu un réseau de franchises d'opticiens et d'acousticiens leader en Europe, avec 1 440 magasins de produits optiques et acoustiques dans 19 pays. Au 31 juillet 2023, 64% des magasins (succursales et franchisés) étaient situés en France et 26% en Espagne, le deuxième pays dans lequel le Groupe possède le plus grand nombre de magasins. La part de magasins (succursales et franchisés) dans le reste du monde s'élève à 10%. Les magasins succursales sont situés uniquement en France, en Espagne et au Portugal à fin juillet 2023.

NOMBRE DE MAGASINS (OPTIQUE & AUDIO) ²	FRANCE ³	ESPAGNE	AUTRES PAYS EUROPÉENS	AUTRES PAYS NON EUROPÉENS	TOTAL
MAGASINS FRANCHISÉS	844	275	103	41	1 263
MAGASINS SUCCURSALES	83	88	6	-	177
TOTAL	927	363	109	41	1 440

En Europe, le Groupe AFFLELOU opère dans les pays suivants : France, Espagne, Andorre, Belgique, Luxembourg, Suisse, Portugal, Géorgie, Arménie. Le groupe AFFLELOU a également étendu sa présence internationale sur les cinq continents et opère aujourd'hui dans les régions suivantes : Afrique (Algérie, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Île Maurice, Maroc, Sénégal, Mayotte, Réunion), Moyen-Orient (Emirats Arabes Unis, Koweït, Liban), Amérique du Sud (Colombie, Guyane française), Océanie (Nouvelle-Calédonie, Polynésie française) et aux Antilles (Martinique, Guadeloupe).



Bénéficiant d'une présence historique en France et en Espagne, le Groupe AFFLELOU est aujourd'hui reconnu comme :

- Le 1^{er} réseau de franchises de produits d'optique en France (en nombre de magasins et chiffre d'affaires)
- La 1^{ère} enseigne de franchiseur optique et audio en Espagne (en nombre de magasins)
- Le 1^{er} opticien en France et le 2^e en Espagne en termes de notoriété de la marque



19 PAYS



1 440 MAGASINS (succursales et franchisés)

dont **87%** de magasins franchisés et **13%** de magasins succursales

² Y compris ALAIN AFFLELOU OPTICIEN, ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN et OPTICAL DISCOUNT.

³ Y compris les magasins dans les départements et territoires français d'outre-mer.

ACTIVITÉS, PRODUITS & SERVICES

Prendre soin de la santé des personnes grâce à une double offre d'optique et d'audition

ALAIN AFFLELOU

Le Groupe AFFLELOU offre ses services à plus de 2 millions de porteurs de lunettes chaque année, à travers son enseigne ALAIN AFFLELOU OPTICIEN. Nous proposons des collections en utilisant notre savoir-faire et notre expertise d'opticien. Notre objectif premier est de créer des produits qui répondent aux besoins de santé des personnes et apportent un maximum de confort aux porteurs de lunettes, grâce à la qualité des matériaux utilisés et à nos processus innovants.

Notre gamme de produits comprend des montures, des verres, des lunettes de soleil, des lentilles de contact et des produits de soins oculaires. Nous fournissons également à nos clients des conseils professionnels pour la santé et le confort visuel, ainsi qu'une large gamme de services connexes (voir la section « Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre » et « Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie » pour plus de détails).



Montures optiques



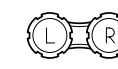
Verres correcteurs



Lunettes de soleil



Lentilles de contact



Produits d'entretien



Services et conseils



Aides auditives

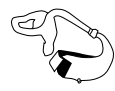


ALAIN AFFLELOU

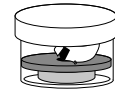
Acousticien

Depuis 2011, le Groupe AFFLELOU aide également les personnes à prendre soin de leur audition en les équipant d'appareils auditifs, en leur proposant de tester des aides auditives, un suivi après nettoyage du matériel d'appareillage, et en les accompagnant pour les réglages et le renouvellement des aides auditives. Nos clients peuvent prendre rendez-vous avec nos audioprothésistes diplômés d'État dans l'un des centres ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN afin de tester gratuitement leur audition (voir la section « Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre » pour plus de détails).

Notre gamme de produits comprend des appareils auditifs et des produits de soins connexes. Nous fournissons également à nos clients des conseils professionnels pour leur santé et leur confort auditifs, ainsi qu'une large gamme de services (voir la section « Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre » pour plus de détails).



Aides
auditives



Produits
d'entretien



Services
et conseils
connexes



NOS ÉQUIPES SONT COMPOSÉES DE PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ, EXPERTS DANS LES SOINS DE LA VUE ET DE L'AUDITION QUI AIDENT LES PERSONNES À TRAITER LEURS TROUBLES VISUELS ET AUDITIFS. NOUS NOUS ENGAGEONS À AMÉLIORER LE CONFORT VISUEL ET AUDITIF DE NOS CLIENTS. POUR CE FAIRE, NOUS LES ACCOMPAGNONS TOUT AU LONG DE LEUR PARCOURS VERS UNE MEILLEURE VISION ET AUDITION.

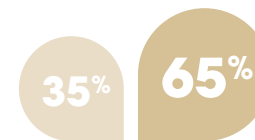
Modèle de franchises et succursales

Afin de fournir des produits, services et conseils professionnels à ses clients, le Groupe AFFLELOU a développé deux structures au sein de son réseau, comprenant à la fois des magasins succursales exploités par les équipes d'AFFLELOU (succursales) et des magasins franchisés gérés par des franchisés indépendants. Les équipes des magasins sont en contact direct avec les clients finaux.

Créé en 1978, le modèle de franchise d'AFFLELOU repose sur un partenariat entre le Groupe (en tant que franchiseur) et les franchisés (commerçants indépendants), alliant le savoir-faire du franchiseur au professionnalisme et au dynamisme local de chaque franchisé, responsable de sa propre activité. En juillet 2023, les magasins franchisés représentent 87% du nombre total de magasins, soit plus de 800 franchisés et plus de 5 500 personnes employées au sein du réseau (magasins franchisés et succursales).

Produits de marque propre ALAIN AFFLELOU et contrats de licence

Les produits proposés par le Groupe peuvent être divisés en deux principales catégories : les produits exclusifs du Groupe AFFLELOU, généralement commercialisés sous la marque propre ALAIN AFFLELOU (et de façon marginale sous licence) et les produits de marques tierces. Les produits portant la marque ALAIN AFFLELOU sont distribués dans les magasins AFFLELOU (montures, lunettes de soleil, lentilles de contact, appareils auditifs), dans les territoires où le groupe est implanté. Sur l'année fiscale 2023, les produits de marque ALAIN AFFLELOU (optique) ont représenté 35% des achats effectués par les magasins du réseau. Sur cette même période, environ 2,5 millions de montures et paires de lunettes de soleil de la marque ALAIN AFFLELOU ont été commercialisées, sur plus de 250 références en magasin.



LES PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU REPRÉSENTENT 35% DES ACHATS DES MAGASINS AU SEIN DU GROUPE, ET CELLES D'AUTRES MARQUES 65% (POUR LA CATÉGORIE OPTIQUE).



GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

STRUCTURE DE L'ACTIONNARIAT DU GROUPE



PRINCIPALES INSTANCES DE GOUVERNANCE

Aujourd'hui, le Comité Exécutif du Groupe (COMEX) est composé des 7 membres suivants :



Le Groupe AFFLELOU s'est également doté d'une équipe de direction élargie (ou Comité de Direction - CODIR), regroupant l'ensemble des Directeurs de service du Groupe :



La Société AFFLELOU est administrée par un Conseil d'Administration qui détermine les orientations de l'activité du Groupe et veille à sa mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Associés, aux Dirigeants Principaux et dans la limite de l'objet social de la Société, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et du Groupe. Le Conseil d'Administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns.

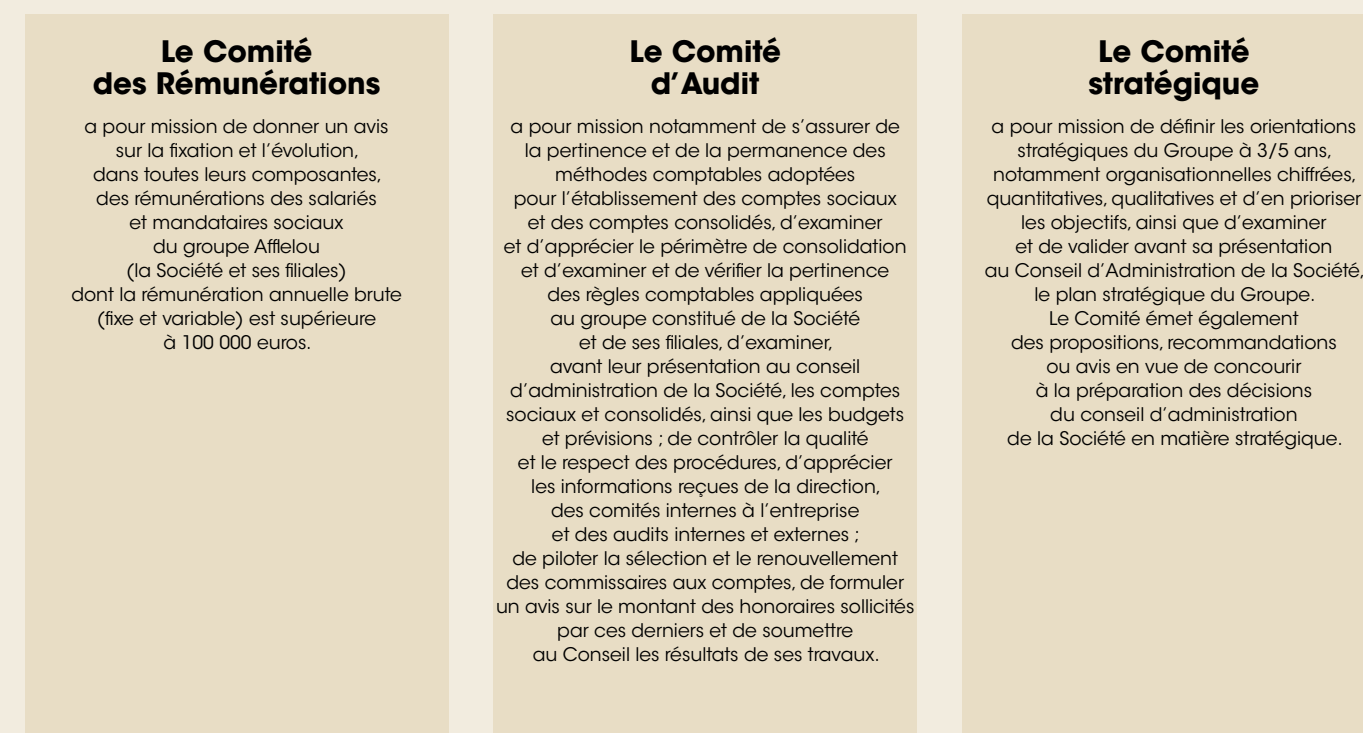
Au 31 juillet 2023, le Conseil d'Administration du Groupe est composé des membres suivants, dont trois administrateurs indépendants :



Les membres du Conseil d'Administration sont nommés par les actionnaires du Groupe pour une période de six ans, renouvelable avec l'approbation des actionnaires.

AUTRES COMITÉS

Le Groupe AFFLELOU a également mis en place les Comités suivants :



RAPPORT RSE
2023

#1
Gouvernance
& Ethique



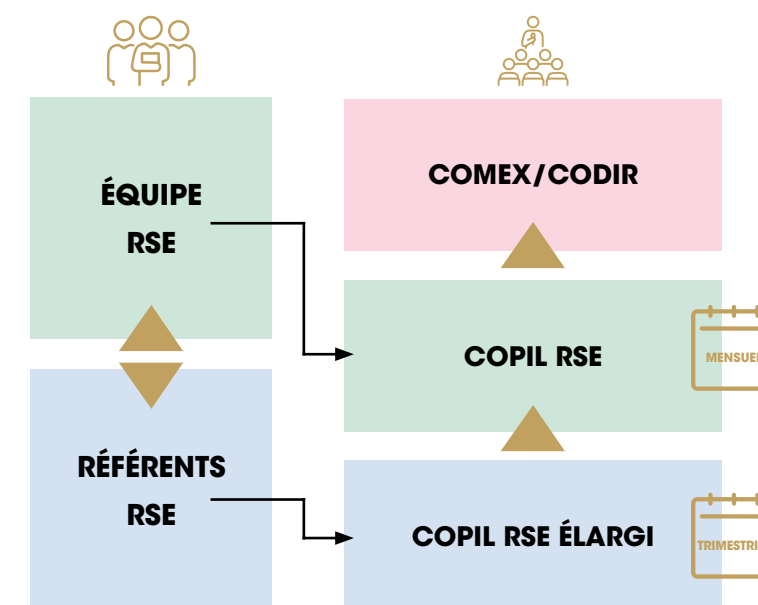
GOUVERNANCE & ÉTHIQUE

Nous considérons la RSE comme une démarche intégrée à la stratégie globale de l'entreprise et transversale au niveau des différentes activités et entités du Groupe AFFLELOU. Dans ce contexte, les différents enjeux RSE sont gérés quotidiennement par chaque fonction et/ou entité clé du Groupe (Ressources Humaines, Produits, Marketing et Communication, etc.).

Le Groupe AFFLELOU met un point d'honneur à garantir l'éthique de ses pratiques internes et commerciales en toutes circonstances. Pour ce faire, nous nous sommes notamment dotés d'un programme de gestion de la conformité en matière de prévention, gestion et contrôle des risques opérationnels et juridiques.

INTÉGRER LA RSE À LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE

LA GOUVERNANCE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ



LE COPIL RSE SE REUNIT CHAQUE MOIS & LE COPIL RSE ELARGI SE REUNIT CHAQUE TRIMESTRE

Le Groupe AFFLELOU a poursuivi la structuration de sa démarche RSE en 2023, en faisant notamment évoluer sa gouvernance et son organisation interne.

Le Comité de pilotage RSE Groupe, initialement créé en 2021, se compose aujourd'hui de quatre membres : la Présidente Directrice Générale de la filiale espagnole du Groupe (également membre du Comité Exécutif du Groupe), le Directeur des Opérations Financières du Groupe, la Responsable RSE France & International, et la Responsable RSE Espagne. Le rôle principal du Comité de pilotage (COPIL) RSE est de définir la Feuille de route RSE Groupe, de piloter son déploiement et garantir son exécution, ainsi que d'en assurer le suivi au travers d'un reporting RSE consolidé, et d'en rendre des comptes auprès d'instances en interne (Comex et Codir) et de parties prenantes externes. D'autres rôles et domaines d'expertise spécifiques ont été définis au sein de ce Comité afin d'assurer la coordination des travaux et le pilotage de la démarche RSE.

L'équipe RSE pilote le déploiement de la Feuille de route RSE Groupe et l'ensemble des initiatives afférentes, en lien avec les autres départements du Groupe. L'équipe RSE coordonne et consolide également le reporting RSE à l'échelle du Groupe.

En outre, des Référents RSE ont été identifiés en France et en Espagne, au sein de chaque service clé du Groupe, afin d'assurer le déploiement opérationnel des plans d'actions issus de la Feuille de route RSE Groupe et d'atteindre les objectifs fixés. Premier point de contact privilégié de l'équipe RSE, ils participent activement aux groupes de travail RSE thématiques pour faire avancer les différents chantiers prioritaires et contribuent au reporting extra-financier. Les Référents RSE participent également chaque trimestre au Comité de Pilotage RSE élargi.





Analyse de double matérialité

Afin d'identifier les enjeux prioritaires d'ALAIN AFFLELOU en matière de durabilité et de déterminer précisément la relation de l'entreprise avec la société et l'environnement dans lesquels elle évolue, le Groupe a réalisé une analyse de double matérialité. Cette étude a permis de définir la Feuille de route RSE Groupe, en tenant compte des attentes internes et externes, des pratiques du secteur et des tendances émergentes du marché, ainsi que de l'impact réciproque de nos activités sur la société et l'environnement, selon le principe de double matérialité.

Suivant les principes établis par les normes GRI et ISO 26000 sur la responsabilité sociétale, les impacts et opportunités du Groupe et, plus spécifiquement, les enjeux prioritaires de l'activité du Groupe AFFLELOU, ont été analysés.

Le processus de détermination de la double matérialité exige

- L'identification des enjeux importants ;
- L'évaluation et la hiérarchisation de ces enjeux par le biais de preuves démontrant l'impact sur la société et l'environnement, et l'impact sur la valeur de l'entreprise ;
- L'engagement avec les parties prenantes, y compris leur perception des enjeux identifiés et évalués ;
- La supervision et la validation du processus de matérialité par le Comité exécutif.



LE DIALOGUE AVEC NOS PARTIES PRENANTES

Cartographie des parties prenantes

Les parties prenantes jouent un rôle fondamental dans le développement d'une offre plus durable de produits et services, l'amélioration de nos processus décisionnels et la mise en œuvre de pratiques plus vertueuses. L'identification des parties prenantes impliquées dans nos activités et notre sphère d'influence, la compréhension de leurs intérêts et attentes ainsi que le maintien d'un dialogue actif avec elles sont essentiels pour mener nos activités et continuer à renforcer nos efforts en matière de développement d'un modèle plus durable.

Dans ce contexte, nous avons identifié les principales catégories de parties prenantes internes et externes, sur la base des diverses activités du Groupe AFFLELOU, des types de relations établies avec elles et conformément aux critères de dépendance et d'influence.

Principales parties prenantes du Groupe AFFLELOU



Type de partie prenante



LES ACTIONS SUIVANTES ONT ÉTÉ MENÉES POUR DÉVELOPPER CETTE ANALYSE :

ÉTAPE 1

Cartographie des parties prenantes :

réalisation d'une cartographie des parties prenantes du Groupe et hiérarchisation de ces groupes en fonction de leur niveau d'influence ou de dépendance pour l'entreprise.

ÉTAPE 2

Identification des enjeux de durabilité pertinents

identification des enjeux pertinents à évaluer sur la base de la documentation interne de l'entreprise, des références et des guides sectoriels, des rapports des entreprises homologues, des concurrents et des références en matière de durabilité, ainsi que des tendances sociales et environnementales.

ÉTAPE 3

Consultation des parties prenantes et hiérarchisation des attentes :

sélection du panel de parties prenantes à consulter, envoi d'une enquête et réalisation d'entretiens sur les enjeux pertinents présélectionnés, en demandant de mesurer le degré d'importance accordé à chacune d'entre elles. Près de 6 000 personnes ont répondu à la consultation dont : employés, franchisés, clients, fournisseurs.

ÉTAPE 4

Évaluation des niveaux de risque associés aux enjeux pertinents

évaluation de l'impact des enjeux sur les activités de l'entreprise, la société et l'environnement, sur la base d'une analyse des risques associés à chaque enjeu, réalisée au cours d'ateliers avec les membres du comité de direction du Groupe et des directions opérationnels clés.

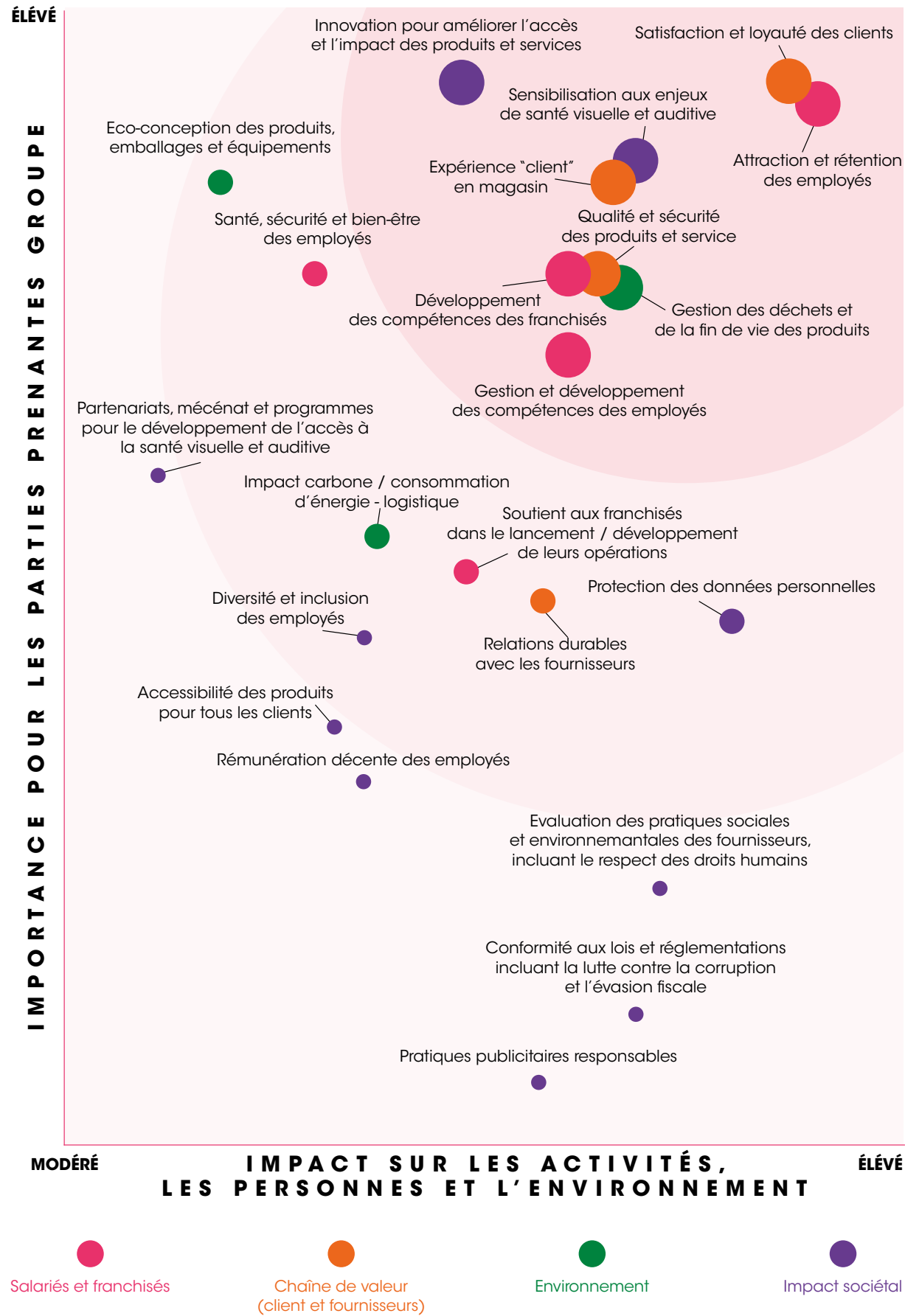
ÉTAPE 5

Réalisation de la matrice de matérialité

préparation de deux matrices de matérialité pour les activités en France et en Espagne, et d'une matrice globale consolidée pour le Groupe, hiérarchisant les enjeux de durabilité selon le niveau de priorité accordé par les parties prenantes et de l'importance de l'impact associé.



Matrice de matérialité



La matrice de matérialité du Groupe AFFLELOU dégage, selon la double analyse de matérialité, 9 enjeux prioritaires représentant les attentes des parties prenantes et leur analyse d'impact, et 7 enjeux matériels supplémentaires représentant les impacts critiques sur l'entreprise, les personnes et l'environnement.

NOTRE FEUILLE DE ROUTE RSE GROUPE

Sur la base des résultats de l'analyse de matérialité et de notre modèle d'entreprise, le Groupe AFFLELOU a défini sa Feuille de route RSE en 2022, en priorisant et sélectionnant des enjeux, et des plans d'action spécifiques pour atteindre les objectifs fixés. Celle-ci a été validée par le Comité de Direction du Groupe, qui a délégué sa mise en œuvre et supervision au Comité de pilotage RSE et aux Référents RSE.

La Feuille de route RSE Groupe couvre les enjeux prioritaires du Groupe regroupés au sein de 6 piliers stratégiques dont la colonne vertébrale est la mission du Groupe. Ces piliers, qui peuvent être apparentés aux principaux axes de travail, sont déclinés en 14 engagements et contribuent en parallèle aux Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU (faisant partie intégrante de l'Agenda 2030) :

6 PILIERS STRATÉGIQUES	14 ENGAGEMENTS	CONTRIBUTION PRINCIPALE AUX ODD
GOUVERNANCE & ÉTHIQUE	Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	
	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	
SALARIÉS	Attirer et fidéliser les talents	
	Accompagner le développement de nos talents	
	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion	
FRANCHISÉS	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	
	Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchise	
CLIENTS & SOCIÉTÉ	Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client	
	Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	
ENVIRONNEMENT	Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	
	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	
	Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	
FOURNISSEURS & PRODUITS	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	
	Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	





Ainsi, 5 Objectifs de Développement Durable (ODD) prioritaires auxquels le Groupe contribue davantage à travers ses activités dans l'ensemble de sa chaîne de valeur ont été identifiés :

- ODD 3** | Bonne santé et bien-être
- ODD 8** | Travail décent et croissance économique
- ODD 12** | Consommation et production responsable
- ODD 13** | Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques
- ODD 16** | Paix, justice et institutions efficaces

Cette stratégie démontre notre volonté de continuer à évoluer en tant que marque responsable et d'avoir un impact positif dans tous les pays où nous sommes présents. Nous sommes conscients qu'en tant qu'entreprise, nous devons adapter et transformer notre activité pour atténuer notre impact sur l'environnement et la société, et concentrer nos ressources et nos efforts sur la création de valeur, contribuant ainsi à relever les défis auxquels nous sommes confrontés.



JOURNÉE RSE

En mars 2023, une journée dédiée à la RSE a été organisée au profit des membres du CODIR du Groupe et de certains managers référents pour réfléchir aux plans d'actions prioritaires dans le cadre de la Feuille de route RSE Groupe, via des ateliers participatifs et thématiques.

La journée a également été marquée par l'intervention d'un représentant du Global Compact visant notamment à mieux appréhender la contribution du Groupe aux ODD.



Les engagements de la Feuille de route RSE Groupe sont déclinés en objectifs prioritaires à horizon 2026, dont la progression est mesurée annuellement au niveau des deux filiales principales (France et Espagne)

GOUVERNANCE & ÉTHIQUE		
ENGAGEMENTS	OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (FY26)	VALEURS AU 31/07/2023 (FY23)
INTÉGRER LA RSE À LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE	100% des membres du Codir sensibilisés à la RSE	100%
	100% de membres du Codir bénéficiant d'une rémunération variable soumis à des critères/objectifs RSE	En cours
	100% des Référents RSE possèdent des objectifs RSE individuels annuels	En cours
INTÉGRER L'ÉTHIQUE DANS NOS PRATIQUES ET RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES	100% des salariés ont signé et adhéré au Code de Conduite Éthique du Groupe Afflelou	En cours au niveau Groupe 100% des employés ont signé le code éthique en Espagne 100% des employés ont approuvé le règlement intérieur (y compris le chapitre relatif à l'éthique)
	100% des salariés sont formés aux enjeux éthiques et à la protection des données personnelles	100%
	Pourcentage des franchisés possédant des clauses éthiques insérées dans leur contrat (objectif à définir)	En cours
	100% des franchisés sont sensibilisés à la protection des données personnelles	100%

SALARIÉS		
ENGAGEMENTS	OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (FY26)	VALEURS AU 31/07/2023 (FY23)
ATTIRER ET FIDÉLISER LES TALENTS	Taux de rotation du personnel (objectif à définir)	Taux de rotation France : 9% Taux de rotation Espagne : 17%
	Taux de participation des salariés à l'enquête annuelle d'engagement (objectif à définir)	En cours en France 57% en Espagne
ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS TALENTS	Objectif(s) et indicateur(s) clé(s) en cours de définition	35 620 heures de formation 2 132 sessions de formation
LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET FAVORISER LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION	Index de l'égalité professionnelle (pour les entités françaises) :	Index de l'égalité professionnelle (pour les entités françaises) :
	Index de l'égalité professionnelle (femmes-hommes) : ≥ 80/100 (France)	• Groupe AFFLELOU : 88/100 • ALAIN AFFLELOU Franchiseur : 75/100 • L'OPTICIEN AFFLELOU (LOA) : 78/100
FAVORISER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL DE QUALITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS	Écart salarial entre les femmes et les hommes : < 20 % (Espagne) (dans toutes les catégories de valeur égale)	Écart salarial (Espagne) : • l'écart le plus important par catégorie est de 16% • la moyenne est de 3%
	Taux d'absentéisme des salariés (objectif à définir)	Taux d'absentéisme France : 7% Taux d'absentéisme Espagne : 5%

FRANCHISÉS		
ENGAGEMENTS	OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (FY26)	VALEURS AU 31/07/2023 (FY23)
SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE DE NOTRE RÉSEAU DE FRANCHISÉS	> 80% des franchisés formés par AFFLELOU	En cours
	Score NPS franchisés > 60 (évaluation réalisée par les franchisés)	En cours
	Taux de participation des franchisés au score NPS franchisés (objectif à définir)	En cours
CLIENTS & SOCIÉTÉ		
ENGAGEMENTS	OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (FY26)	VALEURS AU 31/07/2023 (FY23)
AGIR AU QUOTIDIEN POUR AMÉLIORER LA SATISFACTION ET L'EXPÉRIENCE CLIENT	Score NPS clients ≥ 80/100	France – Optique : 78/100 France – Audio : 83/100 Espagne – Optique : 86/100 Espagne – Audio : 91/100
	Score moyen des avis Google portant sur les magasins ≥ 4,5 / 5 (Optique & Audio)	4,6 / 5 pour la France 4,8 / 5 pour l'Espagne
PROPOSER DES PRODUITS ET SERVICES INNOVANTS ET ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE	200 magasins en France proposant le service de téléophtalmologie	100 magasins en France
SENSIBILISER NOS CLIENTS ET LA SOCIÉTÉ AUX ENJEUX DE SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE	Au moins une campagne par pays et par an (campagne scolaire pour la santé visuelle)	+ 11 000 examens de la vue + 5 000 lunettes distribuées
	Au moins une action solidaire par pays et par an	1 150 examens de la vue effectués et 922 lunettes correctrices fournies dans le cadre de l'initiative Desierto de los Niños +152 000 lunettes revalorisées grâce aux initiatives Medico (125 000 en France) et Lions Club International (27 000 en Espagne) +1 200 personnes ont bénéficié de l'initiative Volviendo a ver
ENVIRONNEMENT		
ENGAGEMENTS	OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (FY26)	VALEURS AU 31/07/2023 (FY23)
LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS PRODUITS ET EMBALLAGES SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE	Pourcentage de produits invendus qui sont valorisés (donnés, réutilisés, recyclés, etc.) (objectif à définir)	En cours
	Pourcentage de produits de marque propre «éco-conçus» (objectif à définir)	35% des montures MAGIC et 87% des clips MAGIC sont fabriqués en bioplastique (G850) (au sein des achats totaux)
RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE NOS ACTIVITÉS ET NOTRE CHAÎNE DE VALEUR	Objectif(s) et indicateur(s) clé(s) en cours de définition	En cours
FOURNISSEURS & PRODUITS		
ENGAGEMENTS	OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (FY26)	VALEURS AU 31/07/2023 (FY23)
DÉVELOPPER DES RELATIONS RESPONSABLES AVEC NOS FOURNISSEURS	> 90% des fournisseurs ont signé la charte Achats Responsables du Groupe AFFLELOU	En cours au niveau Groupe 99% des fournisseurs ont signé la charte éthique en France
GARANTIR LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DE NOS PRODUITS ET SERVICES	Pourcentage de réclamations relatives aux produits de marque propre signalées au service après-vente (objectif à définir)	< 4%



■ ENGAGEMENT POUR LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

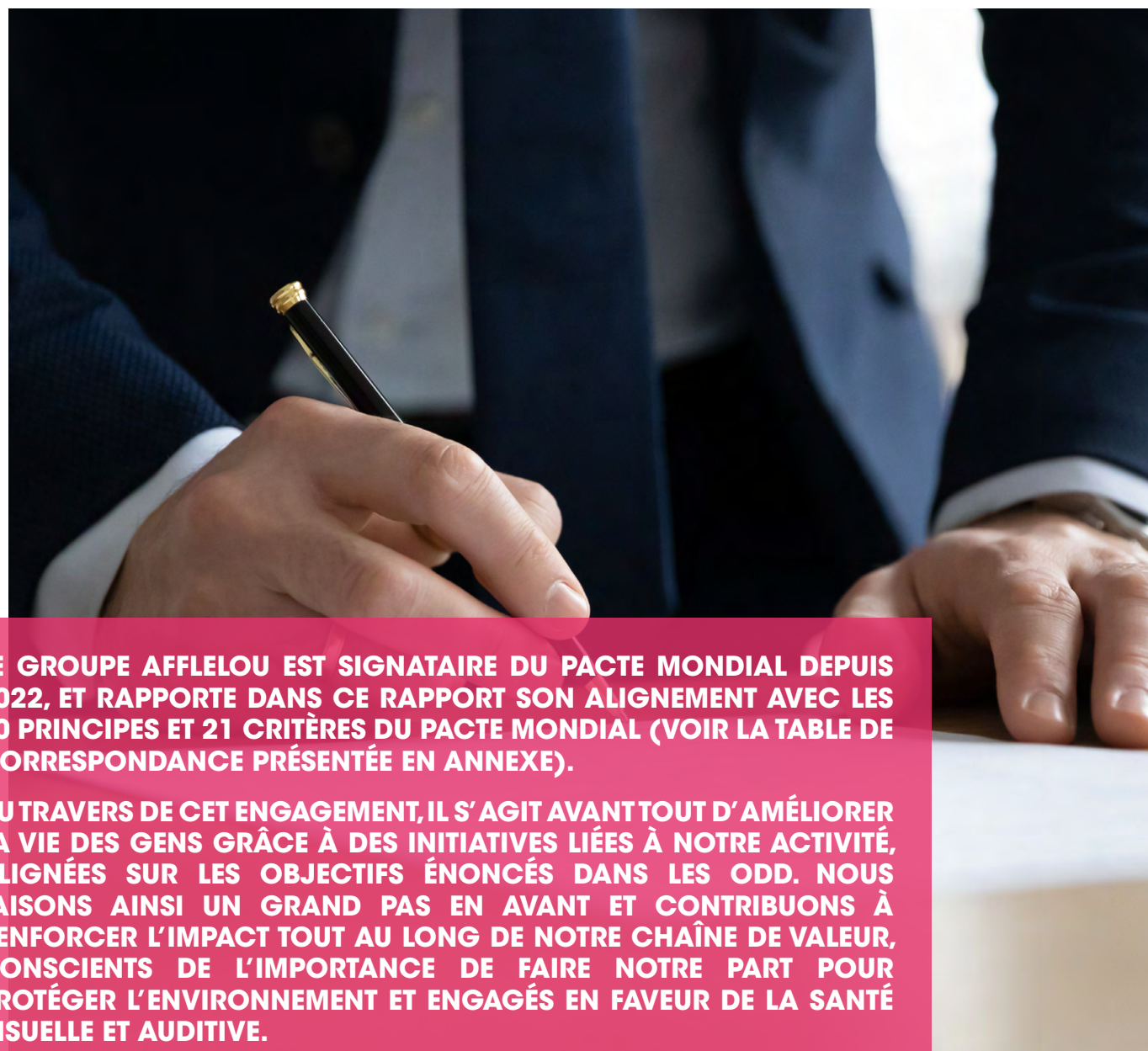
Le Pacte mondial des Nations Unies (Le Global Compact) est une initiative volontaire encourageant les entreprises du monde entier à adopter des politiques et des pratiques plus durables et socialement responsables, ainsi qu'à rendre compte de leur mise en œuvre par le biais d'un rapport de Communication sur le progrès (Communication on Progress, COP) annuel.



Le Global Compact forme un cadre basé sur dix principes pour les entreprises dans les domaines des droits de l'homme, du travail, de la lutte contre la corruption et de l'environnement.

Les dix principes sont dérivés de la Déclaration universelle des droits de l'homme, de la Déclaration de l'Organisation internationale du travail relative aux principes et droits fondamentaux au travail, de la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement, et de la Convention des Nations Unies contre la corruption.

En incorporant les dix principes à leurs stratégies, politiques et procédures, ainsi qu'en établissant une culture d'intégrité, les entreprises signataires assument leurs responsabilités envers les populations et la planète avec une vision à long terme et s'efforcent de construire des partenariats pour soutenir les objectifs de l'ONU.



LE GROUPE AFFLELOU EST SIGNATAIRE DU PACTE MONDIAL DEPUIS 2022, ET RAPPORTE DANS CE RAPPORT SON ALIGNEMENT AVEC LES 10 PRINCIPES ET 21 CRITÈRES DU PACTE MONDIAL (VOIR LA TABLE DE CORRESPONDANCE PRÉSENTÉE EN ANNEXE).

AU TRAVERS DE CET ENGAGEMENT, IL S'AGIT AVANT TOUT D'AMÉLIORER LA VIE DES GENS GRÂCE À DES INITIATIVES LIÉES À NOTRE ACTIVITÉ, ALIGNÉES SUR LES OBJECTIFS ÉNONCÉS DANS LES ODD. NOUS FAISONS AINSI UN GRAND PAS EN AVANT ET CONTRIBUONS À RENFORCER L'IMPACT TOUT AU LONG DE NOTRE CHAÎNE DE VALEUR, CONSCIENTS DE L'IMPORTANCE DE FAIRE NOTRE PART POUR PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT ET ENGAGÉS EN FAVEUR DE LA SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE.

■ PROGRAMME PARIS LA DÉFENSE CAN B (PLD+B)



En juillet 2023, Paris La Défense devient le premier territoire français à rejoindre Cities Can B, un mouvement mondial réunissant acteurs publics et privés ayant pour objectif de penser et mettre en œuvre une transition écologique et sociale à l'échelle d'un territoire. En s'appuyant sur la dynamique B Corp, le réseau international Cities Can B mobilise et fédère ainsi tous les acteurs des territoires (publics, privés, associatifs, citoyens, etc.) dans une démarche de progrès contribuant aux 17 objectifs de développement durable de l'ONU.

Le programme Paris La Défense Can B a pour objectif de créer une communauté territoriale d'acteurs engagés dans la transition du quartier. Il vise à diffuser la culture de la responsabilité sociale et environnementale, à encourager l'émergence de nouvelles formes de collaboration, de partenariats et d'innovations pour coconstruire un territoire plus résilient et plus durable.

Dans le cadre de sa démarche RSE et compte tenu de son implantation dans le quartier de La Défense, le Groupe Afflelou a naturellement rejoint la première promotion du programme Paris La Défense Can B, auprès d'autres entreprises, avec pour principaux objectifs : le partage d'expérience et de bonnes pratiques de durabilité, l'évaluation et l'évolution de sa démarche RSE, et la contribution à un impact territorial positif.



INTÉGRER L'ÉTHIQUE DANS NOS PRATIQUES ET RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES



■ LA GESTION DE LA CONFORMITÉ

Un programme de gestion de la conformité est en place dans le Groupe AFFLELOU. Il comprend un ensemble de procédures et de pratiques permettant :

- D'identifier et de classer les risques opérationnels et juridiques ;
- D'établir des mécanismes internes de prévention, de gestion et de contrôle de ces risques, ainsi que la réponse à y apporter ;
- D'établir des mesures garantissant la conduite éthique et légale du Groupe par ses organes exécutifs et tous ses salariés.

Système dédié à la conformité pénale et juridique (Espagne)

En 2020, un système dédié à la conformité pénale et juridique a été mis en place et un Comité de conformité a été nommé chez ALAIN AFFLELOU España.

Pour mettre en pratique le système de conformité, les équipes d'ALAIN AFFLELOU España utilisent plusieurs instruments réglementaires internes qui répondent à la nécessité de disposer de systèmes de gestion adéquats garantissant la transparence et la légalité de nos relations commerciales. Les politiques et outils de gestion suivants sont actuellement approuvés et en vigueur :

- Politique de conformité pénale
- Code de conduite collaborateurs
- Code de conduite fournisseurs
- Politique en matière de systèmes d'information internes
- Politique de lutte contre la corruption
- Politique en matière de cadeaux et d'invitations
- Politique de gestion des conflits d'intérêts
- Système disciplinaire (inclus dans la convention collective)
- Protocole sur le harcèlement (inclus dans la convention collective)
- Protocole sur la lutte contre le harcèlement sexuel et sexiste



■ ÉTHIQUE COMMERCIALE

Les risques éthiques potentiels en lien avec la loi relative à la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique, « loi Sapin II », ont été de nouveau évalués en 2022 et 2023 et cartographiés en tenant compte de toutes les activités et transactions opérationnelles existantes pour le périmètre de la France.

Les professions et fonctions, tant au niveau de l'entreprise que du réseau, qui pourraient être plus à risque en matière d'éthique ont été identifiées.

Un code de conduite interne a été intégré au règlement intérieur et diffusé aux salariés. Une présentation systématique de la réglementation Sapin II et de ses applications opérationnelles au sein du Groupe est effectuée pour tous les nouveaux employés recrutés au sein des équipes du franchiseur. Chaque nouveau responsable d'équipe participe également à une session de sensibilisation supplémentaire plus approfondie. Les Directeurs Juridique et des Ressources Humaines du Groupe Afflelou, sont identifiés comme les principaux interlocuteurs sur ces sujets.

Attaché à la dénonciation de toute pratique qualifiée ou susceptible de tomber sous la qualification de corruption et / ou de trafic d'influence, le Groupe AFFLELOU a formalisé un code de conduite anti-corruption comportant notamment un dispositif de signalement des manquements au code, tout en assurant la protection des lanceurs d'alerte.



■ RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD)

Conformément aux exigences du RGPD, plusieurs Délégués à la Protection des Données (DPD) chargés de la protection des données à caractère personnel ont été nommés pour couvrir tous les pays où le Groupe exerce ses activités.

Pour le Groupe AFFLELOU, la gestion de la protection des données personnelles est essentiellement assurée par les Délégués à la protection des données (DPD), ainsi que par des cabinets d'avocats spécialisés en la matière dans les différents pays où le Groupe exerce ses activités. En France, cette thématique est notamment prise en charge à temps plein par un avocat consultant dédié à la protection des données personnelles. Le département juridique s'est également doté d'un logiciel de conformité en matière de données personnelles afin d'assister le département juridique à la gestion de la mise en conformité du Groupe. Ce logiciel permet en outre de centraliser et d'effectuer les registres d'activités de traitement et les analyses d'impact relatives à la protection des données personnelles (DPIA) associés.

Le service juridique est, par ailleurs, impliqué en amont des projets du Groupe impliquant des données personnelles afin d'assurer leur conformité avec le RGPD.

Au niveau des sites internet du Groupe, le Groupe AFFLELOU a fait le choix de limiter les cookies Google et de changer d'outil, dit « CMP », de gestion du consentement aux cookies afin d'assurer sa conformité au RGPD et

d'offrir une meilleure information aux visiteurs des sites sur l'utilisation des cookies.

En interne, une présentation systématique de la réglementation sur le RGPD et de ses applications opérationnelles au sein du Groupe est effectuée pour tous les nouveaux arrivants au sein des équipes du siège et/ou des magasins succursales. Une Charte informatique dédiée à l'utilisation des outils informatiques a été déployée, ainsi qu'une Foire aux questions (FAQ) complète sur les sujets liés au RGPD (par ex., transfert interne des fichiers clients, etc.).

Une boîte à outils dédiée ainsi qu'une fiche sur les réflexes juridiques sont fournies aux départements internes concernés, permettant aux équipes d'identifier leur exposition et les domaines de risque associés concernant la collecte et le traitement des données personnelles.

En outre, une importante campagne d'information à la protection des données personnelles et de sensibilisation est menée dans l'ensemble des équipes internes et du réseau depuis 2018. Des formations dédiées (en classe et en ligne) ont également été dispensées au sein du Groupe, et plusieurs modules supplémentaires ont été davantage ciblés sur les équipes et les départements identifiés comme potentiellement plus concernés. Ainsi, une formation sur le process du Privacy by Design (prise en compte de la protection de la vie privée des



utilisateurs avant même la conception d'un système impliquant le traitement de données personnelles) et du Privacy by Default (prise en compte de la protection de la vie privée des utilisateurs une fois que le produit ou service a été rendu public) a été dispensée à l'équipe DSI. Une formation en ligne sur la Affelou Academy est par ailleurs disponible et obligatoire pour les magasins et une formation sera prochainement disponible et obligatoire pour tous les collaborateurs du Groupe en France.

Concernant la relation client, depuis l'enrichissement du modèle de contrat de franchise en 2021 pour répondre

aux exigences du RGPD, le consentement de tous les clients à la collecte et à l'utilisation de leurs données à caractère personnel est systématiquement demandé au niveau du magasin.

S'agissant des fournisseurs, et des prestataires amenés à traiter des données à caractère personnel, une clause spécifique relative aux données personnelles est incluse dans les contrats auxquels est également annexée une charte RGPD.

■ RISQUES CYBERSÉCURITÉ



Compte tenu de la numérisation croissante de ses processus et services, le Groupe AFFLELOU peut être exposé à des cyberattaques ciblant ses systèmes et informations internes, ainsi que les données des clients. Depuis plusieurs années, la DSI du Groupe a renforcé ses systèmes informatiques internes et travaille avec des consultants et experts spécialisés externes pour renforcer ses protections et garanties (ex. audits de sécurité, procédure de lutte contre la fraude, etc.).

Des notes d'information sur les cyberattaques et l'hameçonnage sont distribuées aux salariés afin d'améliorer la prévention interne sur ces sujets. Des sessions régulières de sensibilisation sont également organisées pour discuter plus en détail de sujets spécifiques en interne.



RAPPORT RSE
2023

#2

Salariés



SALARIÉS

Les femmes et les hommes qui composent le Groupe AFFLELOU sont notre atout le plus précieux. Notre approche vise à garantir leur sûreté et leur sécurité, à améliorer leur bien-être au travail, à développer leurs compétences et leur parcours professionnel, ainsi qu'à promouvoir la diversité comme force pour nos ambitions et objectifs collectifs.

Nous sommes profondément convaincus que la réussite collective et l'environnement de travail durable sont indivisibles. C'est la raison pour laquelle nous nous efforçons d'aider nos équipes (siège, succursales et réseau) à atteindre leur plein potentiel et à offrir leurs meilleures performances.

ATTIRER ET FIDÉLISER LES TALENTS

Les professionnels qualifiés qui composent nos équipes sont essentiels à notre expertise et à notre savoir-faire, c'est pourquoi il est crucial pour le Groupe AFFLELOU de recruter des talents et de les soutenir dans leur développement professionnel et personnel. Nous nous engageons à offrir des parcours professionnels équitables et gratifiants à nos collaborateurs, dans tous les territoires où le Groupe opère.

EFFECTIFS DU GROUPE AFFLELOU

Au 31 juillet 2023, nos équipes sont composées de **1 414 collaborateurs** (siège social et succursales).

55 % de l'effectif est basé en France et **41 %** en Espagne.

86 % de l'effectif total est employé sous contrat permanent en France et **95 %** en Espagne.

EFFECTIF TOTAL	FRANCE	ESPAGNE	PORTUGAL	SUISSE, BELGIQUE & LUXEMBOURG	TOTAL
SIÈGE SOCIAL	243	101	6	17	367
SUCCESSALES	540	478	29	-	1 047
TOTAL	783	579	35	17	1 414



177
MAGASINS
SUCCURSALES



PLUS DE **1 000**
COLLABORATEURS
DANS LES MAGASINS
SUCCURSALES

⁴Ces données incluent les contrats à durée déterminée et indéterminée au cours de la période.

NOS DIFFÉRENTES PROFESSIONS ET EXPERTISES EN MAGASINS

Monteur-vendeur

Le responsable de l'ajustement des montures et vendeur est chargé de l'accueil et de la vente des lunettes correctrices aux clients, tout en fournissant une expertise technique. Il assemble les lunettes dans l'atelier et participe à la gestion quotidienne du magasin.

Chef d'atelier

Le chef d'atelier est chargé d'accueillir et de vendre des lunettes et des verres aux clients, tout en fournissant une expertise technique. Il s'assure du bon fonctionnement de l'atelier au quotidien conformément aux objectifs (par ex. qualité, coût, échéances, motivation et sécurité) définis par le Groupe et gère son équipe.

Opticien diplômé

L'opticien est responsable de l'accueil et de la vente des équipements d'optique aux clients et de la fourniture d'une expertise technique. Il assemble les lunettes dans l'atelier et participe à la gestion quotidienne du magasin.

Audioprothésiste diplômé

L'audioprothésiste procède, sur ordonnance médicale, à l'équipement des personnes sourdes ou malentendantes. Il adapte des aides auditives sur mesure et vérifie l'efficacité des dispositifs. Il explique, avec pédagogie, leur fonctionnement et leur entretien aux patients.

Directeur du magasin

Le directeur du magasin est responsable de la bonne gestion et du bon développement de son magasin, conformément aux directives du Groupe. Il représente le Groupe dans l'application de sa politique générale, gère le magasin et supervise son équipe. Il est responsable de la qualité du service client.

Directeur adjoint du magasin

Le directeur adjoint du magasin est responsable de la bonne gestion et du bon développement de son magasin, conformément aux directives du directeur du magasin. Il représente le Groupe AFFLELOU dans l'application de sa politique générale, gère le magasin et supervise son équipe. Il est responsable de la qualité du service client.

Les opticiens et audioprothésistes diplômés sont les seuls professionnels de santé habilités à vendre des lunettes correctrices et des aides auditives aux porteurs.

RECRUTER DE NOUVEAUX TALENTS

Le Groupe AFFLELOU rencontre parfois des difficultés à recruter de nouveaux talents, en particulier des opticiens et des audioprothésistes. Le secteur est en effet confronté à une concurrence accrue avec des compétences d'opticiens et d'audio-prothésistes très recherchées. Différentes initiatives sont mises en œuvre pour attirer les talents au sein du Groupe, telles que des horaires de travail flexibles, une évolution de carrière plus facile.

Il est donc essentiel pour le Groupe de capitaliser sur la marque de l'employeur, et renforcer ainsi son attractivité auprès des professionnels de santé. Certains aspects ont été identifiés et renforcés afin de développer notre marque employeur au cours des dernières années : présence sur les réseaux sociaux et des sites d'offres d'emploi dédiés, interventions dans les écoles et universités, création d'une page carrière dédiée sur notre site internet d'entreprise, ainsi qu'une approche RSE formalisée et largement promue.

Entre le 1^{er} août 2022 et le 31 juillet 2023, le Groupe AFFLELOU a recruté 562 nouveaux collaborateurs en France et en Espagne.

	Unité	2022		2023	
		Groupe AFFLELOU	France	Espagne	Groupe AFFLELOU
RECRUTEMENTS	Nombre	433	318	244	562
DÉPARTS	Nombre	264	304	269	573
TAUX DE ROTATION	%	-	9 %	17 %	12 %

Taux de rotation (= turnover) = Nombre total de démissions / Effectif moyen x 100. Le taux de rotation est calculé en prenant en compte les contrats CDI et CDD ainsi que les alternants (stagiaires, artistes-interprètes, mandataires sociaux et modèle publicitaire exclus).

Afin de renforcer l'intégration des nouveaux collaborateurs au sein du Groupe, chaque nouvel employé participe à une session d'intégration collective. Le Groupe AFFLELOU promeut également les contrats en alternance au sein de ses équipes, permettant d'intégrer de nouveaux talents à un stade précoce et de les recruter sous contrat à durée indéterminée par la suite. En 2023, 97 contrats en alternance ont été signés en France par l'intermédiaire du réseau de magasins succursales.

ATTIRER DE NOUVEAUX TALENTS À LA SOURCE

L'*Afflelou Academy Impulse* constitue une ligne de notre stratégie de formation qui comprend des initiatives visant à promouvoir et à accompagner les nouveaux talents dans le monde de l'optique, de l'optométrie et de l'audiologie. Nous souhaitons promouvoir l'éducation dans le secteur de la santé visuelle et auditive et attirer les futurs professionnels en étant présents lors de leurs premiers pas dans la profession et aussi après l'obtention de leurs diplômes, en leur offrant des opportunités d'emploi chez ALAIN AFFLELOU adaptées à leurs attentes et à leurs aspirations.

Nous avons noué des partenariats avec plusieurs institutions qui nous permettent de contribuer à la création et à l'amélioration de l'offre de formation liée à la santé visuelle et auditive, et d'offrir les meilleures conditions pour que nos collaborateurs y accèdent. Parmi les initiatives auxquelles nous avons participé au cours du dernier exercice, nous soulignons la suivante :



PREMIER DIPLÔME EN LIGNE EN OPTIQUE ET OPTOMÉTRIE : en 2019, nous avons lancé le premier diplôme en ligne en optique et optométrie avec réalité virtuelle immersive en Espagne avec le centre d'enseignement supérieur CUNIMAD. Nous sommes la seule chaîne d'optique à mettre nos centres optiques à la disposition d'une université pour les pratiques de laboratoire du diplôme d'optique et d'optométrie, démontrant ainsi notre engagement envers l'excellence en optique, l'innovation et l'utilisation de la technologie dans les méthodes d'apprentissage. Les étudiants de ce diplôme effectuent leurs stages dans les magasins ALAIN AFFLELOU avec une technologie de pointe et des tuteurs formés pour les accompagner. Sur l'exercice fiscal 2023, 64 étudiants ont été accueillis en stage dans nos centres, 43 tuteurs ont été impliqués et plus de 4 100 heures de formation ont été dispensées.

En France, quatre écoles de l'Institut Supérieur d'Optique font l'objet de partenariats avec l'Academy Afflelou pour la préparation du bachelor en Management Optique (BMO). Ainsi, nous parrainons des formations en optique et intervenons auprès de ces écoles pour apporter aux étudiants un partage d'expérience, des sujets de mémoire en optique et du soutien au cours des entretiens de recrutement.



EN 2023
59 ÉTUDIANTS
À PARIS, LYON ET NANTES
ONT ÉTÉ ACCOMPAGNÉS
PAR LE GROUPE



ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS TALENTS

■ DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES ET GESTION DU PARCOURS PROFESSIONNEL

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de maintenir une politique de formation active afin de garantir et développer des compétences conformes à nos exigences professionnelles, en particulier en termes de qualité et de sécurité, d'innovation et de satisfaction des clients.

Dans ce contexte, une gestion prospective de l'emploi et des compétences est en place au sein du Groupe. Ses objectifs comprennent l'identification, l'organisation et l'optimisation des compétences des collaborateurs afin de répondre aux besoins stratégiques du Groupe, ainsi que l'anticipation et la gestion des changements sectoriels pour évaluer le capital de compétences du Groupe. A ce titre, entre août 2022 et juillet 2023, 1 049 collaborateurs ont bénéficié d'un entretien annuel en France et en Espagne, soit 76% de l'effectif total de ces deux pays.

■ AFFLELOU ACADEMY

En 2013, l'école de formation Afflelou Academy a été lancée dans le but de soutenir les équipes du siège, des succursales, des franchisés et de leurs équipes dans le développement de leurs compétences et aptitudes. L'Afflelou Academy est certifiée QUALIOP1 depuis 2022.

AFFLELOU ACADEMY

L'Afflelou Academy les soutient dans leur parcours professionnel, afin de répondre au mieux aux exigences de nos métiers, aux besoins spécifiques des salariés du siège et d'optimiser la satisfaction de nos clients et salariés. Les besoins en formations sont remontés au cours des entretiens annuels et la réponse du Groupe AFFLELOU aux attentes des salariés est suivie grâce à des SIRH. Les besoins en formation des franchisés, ainsi que les retours et avis sur les formations, sont évalués au travers des réponses aux sondages communiqués par l'intranet du Groupe.

Les objectifs de l'Afflelou Academy

Cette école vise à :

- Initier les collaborateurs aux métiers de l'optique et de l'audioprothèse dans le cadre de leur parcours d'intégration afin de les aider à mieux appréhender les enjeux de nos activités ;
- Accroître et perfectionner les compétences commerciales, managériales et techniques de nos équipes ;
- Transférer notre savoir-faire unique et garantir la cohérence et l'homogénéité des pratiques et du service client au sein du Groupe ;
- Accompagner nos talents dans l'adaptation aux nouveaux enjeux.

Des formations en ligne et en classe virtuelles et présentielles sont proposées sur divers sujets. Le catalogue de formation comprend des modules sur les activités du groupe AFFLELOU (ex. santé visuelle, aides auditives, etc.), le soutien aux magasins succursales et franchisés (ex. techniques de vente, efficacité opérationnelle, gestion, droits du travail, aspects réglementaires, etc.) et d'autres compétences spécifiques ou transversales (ex. langues, informatique, etc.).



COLLABORATEURS AFFLELOU (siège & succursales)	Unité	2022	2023
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION	Heures	43 717	35 620

COLLABORATEURS DES MAGASINS FRANCHISÉS	Unité	2023
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION	Heures	33 049

L'Afflelou Academy permet également aux personnes qui ne sont pas qualifiées dans le domaine optique et/ou qui suivent un parcours de reconversion d'être initiés aux bases de nos professions par le biais d'un cours de formation préliminaire, avant de rejoindre une équipe en magasin et de commencer une nouvelle carrière au sein du Groupe. Un parcours de formation similaire est mis en place pour les activités liées à l'audition. Cette initiation est également dispensée à de nouveaux collaborateurs qui rejoignent le siège.

Outre les parcours de formation métiers, le Groupe AFFLELOU propose à ses collaborateurs des formations afin de les accompagner au niveau de la politique commerciale du Groupe.

Des experts au service du Réseau

Les formateurs experts de l'Afflelou Academy dispensent des formations en présentiel au siège du Groupe ou sur site dans toute la France et l'Espagne. Ils peuvent également s'adapter à des demandes spécifiques en offrant des formations sur mesure pour répondre aux enjeux et développer la performance des partenaires franchisés.

En France, plusieurs formateurs internes basés au siège ou issus des équipes des magasins succursales participent également aux formations dispensées par l'Afflelou Academy et/ou aux formations sur le terrain dispensées aux équipes du siège, des magasins succursales et des magasins franchisés. Les franchisés possédant plusieurs magasins peuvent également se voir proposer des formations intra-entreprises adaptées à leurs contexte et métier.

En France, l'équipe de l'Afflelou Academy comprend deux formateurs internes, un gestionnaire de formation ainsi que le responsable de l'Academy, afin d'accompagner les partenaires dans l'organisation administrative et logistique des formations. Les formations des équipes du siège et des succursales sont spécifiquement gérées par une responsable des formations.





Les contenus des formations techniques sont préparés conjointement par des experts techniques (optométristes, psycho-sociologues notamment) et des formateurs professionnels. Ces experts techniques sont parfois sollicités pour l'animation des formations. Les e-learning sont de leur côté développés par un concepteur digital et une ingénieure pédagogique. Ces éléments ont valu au Groupe AFFLELOU d'obtenir la marque de certification Qualiopi qui atteste de la qualité du processus de développement des compétences mis en œuvre par le Groupe et de la lisibilité de l'offre de formation auprès des salariés et franchisés. Les programmes de formation sont désormais révisés tous les 18 mois et un audit régulier est réalisé.

L'équipe des Ressources Humaines accompagne le développement des compétences des salariés et franchisés et structure la gestion du parcours professionnel. Le SIRH permet par ailleurs d'élaborer des parcours professionnels par métier en plus du parcours type d'intégration des nouveaux salariés. Pour les franchisés, l'outil CRM permet d'avoir accès à l'ensemble du catalogue de formations et de s'inscrire directement en ligne.

Le Groupe accompagne également les collaborateurs des magasins succursales et franchisés pour l'obtention de solutions de financement de formations.

LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET FAVORISER LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION



LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION

Le Groupe AFFLELOU s'engage au quotidien en faveur de la non-discrimination au sein de ses équipes, et promeut ainsi l'intégration de professionnels indépendamment de leur sexe, orientation sexuelle, nationalité, origine ethnique, religion, croyances, âge, handicap ou tout autre critère personnel ou social.

Le Groupe porte une attention particulière au respect de cette non-discrimination dans toutes les décisions en matière d'emploi, qu'il s'agisse d'un recrutement, d'une promotion ou d'un licenciement et a notamment recruté un responsable recrutement qui est garante de l'application de ces principes.

Le processus de recrutement du Groupe AFFLELOU a été développé en intégrant des aspects permettant d'éviter toute discrimination potentielle. Par exemple, des rappels formalisés sur les risques de discrimination à éviter ont été intégrés dans les étapes du processus.

En Espagne, l'Afflelou Academy a créé une école de la diversité et du bonheur au travail qui propose notamment des cours sur l'égalité et la diversité, ainsi que des lignes directrices visant à créer un environnement de travail sain et équilibré, comme le langage inclusif, l'élimination des préjugés inconscients ou la conciliation. Au cours de l'exercice 2022-2023, 273 heures de formation ont été dispensées à 232 salariés (102 salariés d'ALAIN AFFLELOU et 130 franchisés et salariés de franchisés) à travers huit cours liés aux questions d'égalité et de diversité proposés.

En France, des référents locaux ont été nommés depuis 2022 afin de répondre aux éventuels problèmes de harcèlement rencontrés, dans le cadre d'actions de sensibilisation au harcèlement moral et sexuel.



DEPUIS 2020, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA EST SIGNATAIRE DE LA CHARTE EUROPÉENNE DE LA DIVERSITÉ.

LES SOCIÉTÉS VOLONTAIREMENT SIGNATAIRES DE LA CHARTE S'ENGAGENT PUBLIQUEMENT A PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION SUR LE LIEU DE TRAVAIL, AINSI QU'AU RESPECT DES PRINCIPES SUIVANTS :

Sensibiliser aux principes d'égalité des chances et de respect de la diversité, en les intégrant aux valeurs de l'entreprise et en les communiquant au personnel.

.....

Participer à la constitution d'une main-d'œuvre diversifiée, promouvoir l'intégration de professionnels aux profils divers indépendamment de leur sexe, leur orientation sexuelle, leur race, leur nationalité, leur origine ethnique, leur religion, leurs croyances, leur âge, leur handicap ou tout autre critère personnel ou social.

.....

Promouvoir l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée grâce à un équilibre entre le travail, la famille et les loisirs, en établissant des mécanismes qui permettent l'harmonisation de la vie professionnelle, familiale et personnelle pour tous les employés.

.....

Transférer cet engagement aux administrations, organisations commerciales, syndicats et autres agents sociaux.

.....

Reconnaître la diversité de ses clients, qui constitue également une source d'innovation et de développement.

Tenir compte de la diversité dans toutes les politiques de ressources humaines, en gérant la diversité de manière transversale, comme base et principe de toutes les décisions prises dans ce domaine.

.....

Promouvoir l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée grâce à un équilibre entre le travail, la famille et les loisirs, en établissant des mécanismes qui permettent l'harmonisation de la vie professionnelle, familiale et personnelle pour tous les employés.

.....

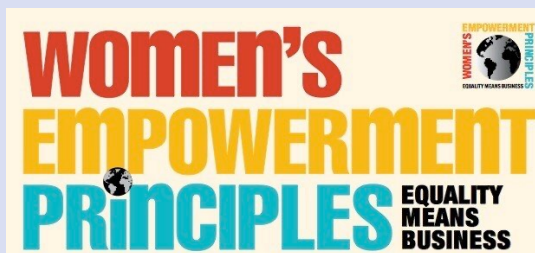
Étendre et communiquer l'engagement à son personnel, partager et étendre à toute l'entreprise la responsabilité que l'organisation acquiert en étant signataire de la Charte de la diversité.

.....

Répandre notre engagement parmi les sociétés des fournisseurs, en les invitant à rejoindre la communauté des sociétés en Espagne qui adhèrent à l'engagement volontaire promu par la Charte.

.....

Les résultats obtenus grâce à la mise en œuvre des politiques de diversité seront intégrés au rapport annuel de l'entreprise.



En mars 2022, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA a adhéré aux principes d'autonomisation des femmes (WEPs) créés et diffusés par l'ONU Femmes (l'entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes) et le Pacte mondial des Nations Unies, qui fournissent une feuille de route aux entreprises pour encourager la promotion et l'autonomisation des femmes.

Promotion de la mixité

Au 31 juillet 2023, le Groupe AFFLELOU comprend 953 femmes en France et en Espagne, soit 69% de l'effectif total (sièges et magasins succursales). Au siège, les femmes représentent 58% de l'effectif (France et Espagne) et dans les magasins succursales, les femmes représentent 73% de l'effectif (France et Espagne).

43% de femmes au COMEX

En France, les entreprises comptant au moins 50 employés doivent calculer et publier chaque année leur index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (« index Pénicaud »).

INDEX DE L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES-HOMMES - FRANCE	2023*
L'OPTICIEN AFFLELOU**	78/100
FRANCHISEUR ALAIN AFFLELOU**	75/100
AFFLELOU**	88/100

En Espagne, un plan d'égalité visant à promouvoir le principe d'égalité des chances et de non-discrimination entre les hommes et les femmes est en place depuis 2016. Par ailleurs, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA a été reconnue, pour la cinquième année consécutive, comme l'une des 40 entreprises les plus performantes en matière de diversité et d'inclusion d'Espagne, dans le cadre des Intrama Awards (« Top Diversity Company »).

* Ces données sont calculées sur l'année civile, du 1er janvier au 31 décembre

** L'Opticien AFFLELOU et Alain AFFLELOU Franchiseur sont les deux principales entités juridiques françaises du Groupe en termes d'effectifs. AFFLELOU désigne le Groupe AFFLELOU, qui regroupe l'ensemble de ses filiales directes et indirectes.



■ EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Le Groupe AFFLELOU, par le biais de ses activités liées à la santé visuelle et auditive, est très sensible à l'intégration et au maintien de personnes en situation de handicap sur le marché de l'emploi.

Le Groupe AFFLELOU ouvre toutes les opportunités d'emploi à ces personnes. A fin juillet 2023, le Groupe emploie ainsi 33 collaborateurs déclarés en situation de handicap en France et en Espagne. Le Groupe s'assure de la compatibilité du poste avec la personne et entreprend des mesures d'adaptabilité du poste en cas de besoin.

En France, le Groupe participe à la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées depuis 2019 et saisit cette opportunité pour examiner les différentes mesures mises en place afin de faciliter l'intégration professionnelle de ces personnes. Il s'agit d'un moment d'échange et de partage où tout le monde peut en apprendre davantage sur le travail des personnes ayant un handicap (audition, vision, etc.). Pendant une semaine complète, les salariés peuvent participer à des ateliers de sensibilisation, des interventions de personnes parlant de leurs expériences et rencontrer des associations.

Le Groupe AFFLELOU profite de cette journée pour mettre en place une action de sensibilisation au handicap et à la qualité de vie au travail. A ce titre, le Groupe s'est doté en France de deux collaborateurs en charge du handicap pour le siège et les magasins respectivement.

FAVORISER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL DE QUALITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS

■ ÉVALUATION ET PRÉVENTION DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

En France, les risques liés à la santé et à la sécurité au travail sont évalués pour les équipes du siège social et des magasins, et formalisés dans un document d'évaluation des risques professionnels. Les risques identifiés sont hiérarchisés en fonction de la gravité potentielle, de la fréquence d'exposition et des mesures de prévention existantes. Les plans d'actions sont révisés chaque année pendant l'évaluation afin de renforcer les initiatives déjà en place. Une information du comité social et économique (CSE) est transmise et le Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP) est complété en cas de besoin.

En Espagne, des plans de préventions des risques professionnels sont en place afin de prévenir les accidents du travail au siège et dans les succursales. Des formations relatives au contenu du plan de prévention sont dispensées aux salariés. Il incombe aux délégués à la prévention et, le cas échéant, au comité de santé et de sécurité, de connaître et de promouvoir le respect des dispositions du manuel de procédures et

d'instructions opérationnelles auprès des travailleurs.

En magasin, les risques d'accident les plus importants sont relatifs à l'atelier où les verres sont coupés et façonnés pour fabriquer des lunettes. De la poussière de verre et de plastique (polycarbonate) peut être émise par la rectifieuse lorsqu'un collaborateur façonne les verres, et des accidents peuvent survenir lors de l'utilisation d'équipements de travail (ex. tournevis, pinces, etc.).

Afin de réduire ces risques, les verres sont toujours coupés automatiquement par la machine, ce qui limite les manipulations. Un couvercle de protection est intégré à la machine et les émissions de produits sont capturées par un système spécifique, en plus de la ventilation active des locaux. La découpe des verres est effectuée uniquement par un collaborateur formé. Des formations dédiées à la manipulation de la meuleuse sont dispensées aux équipes en magasin. Un équipement de protection individuelle (EPI) est toujours mis à disposition en magasin (ex. lunettes de protection, gants).

	Unité	2022	2023
ACCIDENTS DU TRAVAIL AVEC ARRÊT	Nombre	23	17
ACCIDENTS DU TRAVAIL SANS ARRÊT	Nombre	9	11
NOMBRE TOTAL D'ACCIDENTS DU TRAVAIL	Nombre	32	28
TAUX DE GRAVITÉ (accidents AVEC arrêt)*	Nombre	0,29	0,34

Aucun risque majeur d'accident du travail n'a été identifié pour le personnel du siège social et les équipes administratives du Groupe AFFLELOU dans les bureaux. La majorité des accidents signalés sont liés à des déplacements.

* Taux de gravité = nombre total de jours d'absence liée à des accidents de travail avec arrêt x 1 000 / total des heures travaillées



SANTÉ ET BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

Parce que nos équipes sont notre atout le plus précieux, nous nous préoccupons de leur santé et de leur bien-être au travail au quotidien. Diverses initiatives sont prises par le biais de nos magasins et bureaux afin de garantir un environnement de travail durable et une excellente qualité de vie professionnelle.

Initiatives en matière de bien-être au travail

En tenant compte des progrès technologiques en matière de communication et des nouvelles dimensions de l'organisation du travail, le Groupe AFFLELOU a établi une Charte sur le travail à distance en France et en Espagne, pour le siège social, en 2019. Les collaborateurs des sièges français et espagnols ont désormais la possibilité d'effectuer jusqu'à 2 jours de télétravail par semaine. Ces chartes et politiques sont remises aux nouveaux arrivants lors de leur parcours d'intégration.

L'adaptation des heures travaillées est réalisée pendant les périodes de rentrée scolaire (horaires de travail flexibles) en France et en Espagne, et/ou si les enfants des salariés sont malades. Dans certaines succursales, une semaine de 4 jours a été établie par le biais d'un accord spécifique (ex. Champs-Élysées, Les Halles, etc.).

Depuis 2019, une Charte sur le droit à la déconnexion numérique est en place au sein du Groupe, applicable à tous les salariés. La déconnexion numérique dans l'environnement de travail désigne le droit pour les collaborateurs de ne pas être sollicités, par e-mail, messagerie ou tout autre outil qui permettrait de les localiser à distance, et par téléphone en dehors de leurs heures de travail habituelles (y compris les jours fériés et les congés autorisés). Une connexion professionnelle excessive peut entraîner des problèmes d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, et donc des problèmes sur le plan personnel, de la santé physique et mentale, ainsi que de l'équilibre psychologique des salariés. Par le biais de cette politique, le Groupe AFFLELOU réaffirme l'importance d'une bonne utilisation des outils numériques pour le respect nécessaire du temps libre, des congés et des jours fériés, des périodes d'absence justifiée, ainsi que de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle. Avec la Charte, un cours de formation spécifique et une campagne de sensibilisation ont été fournis à tous les salariés en 2019. L'objectif est d'informer sur les risques, les problèmes potentiels et les bonnes pratiques liés à l'utilisation des outils numériques, ainsi que sur l'utilisation correcte et raisonnable des outils numériques et la surveillance des appareils.

D'autres initiatives sont entreprises par l'équipe RH locale dans chaque pays où le Groupe opère, afin d'améliorer le bien-être des salariés au travail. Les actions suivantes ont par exemple été mises en œuvre en France et en Espagne :

- Un jour de congé en France et une demi-journée en Espagne à l'occasion de l'anniversaire du collaborateur pour les équipes siège ;
- Un jour de congé pour les déménagements des collaborateurs des succursales et du siège ;
- Deux jours de congé pour enfant malade à destination des équipes en succursales et au siège ;
- La revalorisation des tickets restaurants ;
- Un cadeau de naissance pour les salariés ;
- L'organisation annuelle d'un après-midi « Noël des enfants » ;
- Les deux demi-journées du 24 et du 31 décembre sont offertes aux équipes siège.

Pour les collaborateurs du siège en France, un « Magic lunch » avec une réunion d'information générale, ayant permis de partager les résultats de l'année, les projets en cours et les enjeux pour l'année à venir, a été organisée en juillet 2023. De plus, chaque année, une soirée est organisée au profit des collaborateurs du Groupe, et à cette occasion, certains collaborateurs sont mis à l'honneur, notamment ceux ayant le plus d'ancienneté.

À l'occasion de la semaine de la santé auditive au travail, un parcours d'ateliers ludiques autour de l'audition et des dernières technologies en matière d'aides auditives a été organisé en France pour les collaborateurs du siège, en octobre 2022 et en mars 2023. À la fin du parcours, les collaborateurs ont également eu la possibilité de faire tester leur audition. De plus, dans le cadre de la semaine de la qualité de vie au travail, un partenariat avec une société

spécialisée dans le bien-être et la santé en entreprise a été réalisé, permettant de proposer 3 ateliers autour de la thématique du bien-être au travail pour les collaborateurs du siège.

En janvier 2023, les équipes du siège français ont déménagé vers la *Tour Trinity* à La Défense. Au sein de ces nouveaux espaces, nos collaborateurs bénéficient d'un environnement de travail enrichi, fonctionnant en *flex office* et leur permettant d'accéder à de nouveaux services comme une salle de sport ou des séances de massage. Des protections périodiques bio sont également mises à disposition pour toutes les collaboratrices du siège en France.

Par ailleurs, en France, une journée de permanence téléphonique avec le partenaire *Action Logement* a été organisée en septembre 2022 et en mars 2023, permettant de mettre en relation les collaborateurs avec cet organisme qui facilite le logement pour favoriser l'emploi et propose des aides et des services pour trouver, financer ou faire face à une difficulté de logement.

Initiatives en matière de santé

Une couverture d'assurance maladie, comprenant les couvertures complémentaires santé et prévoyance, est fournie pour les équipes du siège social, des succursales, et est entièrement prise en charge par le Groupe AFFLELOU. Une ligne d'assistance téléphonique dédiée est également disponible pour tous les collaborateurs, mise en place avec l'aide du prestataire d'assurance maladie et de prévoyance.

Les absences des salariés sont suivies et des mesures sont mises en place pour les prévenir.

	Unité	2023		
		France	Espagne	Groupe AFFLELOU
JOURS D'ABSENCE POUR MALADIE	Jours	12 604	5 882	18 486
JOURS D'ABSENCE POUR ACCIDENTS DU TRAVAIL	Jours	765	-	765
AUTRES JOURS D'ABSENCE	Jours	3 479	2 827	6 306
TOTAL DES JOURS D'ABSENCE	Jours	16 849	10 105	26 954
TAUX D'ABSENTÉISME	%	6,5	5	6

Taux d'absentéisme = (Nombre de jours d'absence / Nombre de jours travaillés théoriques sur l'effectif ETP) x 100.

Par ailleurs, chaque année, le Groupe AFFLELOU forme au sein des magasins des Sauveteurs Secouristes du Travail (SST) et définit ainsi un référent par magasin. Pour le personnel travaillant au sein de centres commerciaux, des salariés doivent obligatoirement être formés à la manipulation des extincteurs. Cette formation est par conséquent intégrée dans le parcours de formations des salariés.

Concernant les risques psychosociaux, une ligne d'assistance dédiée à la santé psychologique des collaborateurs, mise en place en France pendant la crise sanitaire liée au COVID-19, a été déployée. Les salariés du siège et des succursales peuvent ainsi bénéficier de trois entretiens psychologiques pris en charge par l'entreprise au cours de l'année.



En Espagne, l'école de la diversité et du bonheur au travail est un espace destiné à développer le bonheur et le bien-être des collaborateurs (salariés et franchisés) à travers des programmes de formation et des actions spécifiques à chacun. L'idée est de promouvoir la santé physique et émotionnelle et de favoriser le bonheur de chacun, aussi bien au siège que dans les magasins, en fournissant des clés pour intégrer des habitudes alimentaires saines, maintenir un mode de vie actif et gérer les niveaux de stress.

En plus de la sensibilisation aux risques liés à la sédentarité abordés au sein du Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP), un volet de formation aux risques routiers est intégré pour les collaborateurs itinérants du siège.

A l'initiative du Groupe, une trentaine de salariés ont participé à l'Odyssea 2023, évènement sous la forme de défis sportifs permettant de soutenir la recherche contre le cancer du sein.



DIALOGUE SOCIAL ET CONVENTIONS COLLECTIVES

Des représentants des salariés sont élus en France et en Espagne, pour les équipes du siège social et des succursales, conformément aux législations nationales et locales.

En Espagne, le Groupe AFFLELOU dispose d'une convention collective depuis 2021 applicable aux salariés et franchisés et leurs équipes, qui couvre les droits du travail (rémunération, lutte contre les discriminations, équilibre vie privée / vie professionnelle, etc.).

En France, les différentes filiales étant soumises à des régimes fiscaux différents, le Groupe a pris plusieurs décisions unilatérales qui s'appliquent à tous ces régimes et sont notamment relatives au télétravail, ou encore au droit à la déconnexion. Au travers de ces décisions

unilatérales, le Groupe fait en sorte que les pratiques du comité social et économique (CSE) le plus avantageux soient transposées aux entités ne disposant pas de CSE.

En France, le Groupe AFFLELOU dispose par ailleurs d'un accord de participation aux bénéfices.

Le dialogue social est géré quotidiennement par le service des ressources humaines du Groupe et les différentes équipes RH locales, ainsi que par des représentants lorsqu'ils ont été élus. Un intranet interne avec différents canaux de discussion et de communication permet également au service des RH d'informer et de transmettre diverses informations aux collaborateurs (ex., sujets sociaux, nouvelles opportunités d'emploi, intégration et promotions, anniversaires, etc.).



A group of five people (three women and two men) are standing in a row against a solid yellow background. They are all smiling and dressed in professional, modern clothing. From left to right: a woman in a grey blazer, a man in a light blue blazer, a woman in a light purple blazer, a man in a light beige shirt, and a woman in a bright green blazer. A semi-transparent white box is overlaid on the left side of the image, containing text.

RAPPORT RSE
2023

#3
Franchisés



FRANCHISÉS

Le Groupe AFFLELOU exploite l'ensemble de son réseau selon deux modes d'organisation, un dispositif succursaliste, représentant environ 12% du total des magasins et le périmètre, très largement majoritaire, des magasins franchisés, détenus et gérés par des franchisés indépendants. Les équipes magasins qu'ils soient détenus en propre ou appartenant à des franchisés, sont en contact direct avec les clients finaux au quotidien.

Le Groupe AFFLELOU porte une attention particulière à accompagner le développement des magasins en proposant des programmes personnalisés qui les oriente vers un développement responsable de leurs activités.

SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE DE NOTRE RÉSEAU DE FRANCHISES

■ PRÈS DE 50 ANS DE FRANCHISE

Créé en 1978, le modèle de franchise ALAIN AFFLELOU repose sur des accords consignés dans chaque contrat de franchise, entre le Groupe (en tant que franchiseur) et chaque filiale (Espagne, France, etc.), qui signent à leur tour un contrat avec les franchisés (détaillants indépendants), combinant le savoir-faire de l'opticien et de l'audioprothésiste franchiseur avec le professionnalisme et le dynamisme local de chaque franchisé, qui est responsable de sa propre activité. À fin juillet 2023, la répartition géographique des magasins franchisés est la suivante :

- 64% en France et dans les départements et régions d'outre-mer.
- 25% en Espagne.
- 8% dans le reste de l'Europe.
- 3% dans le reste du monde.



Le modèle commercial de franchise du Groupe est basé sur la communication avec nos franchisés. C'est cette écoute active que nous entretenons avec nos partenaires qui fait de nous le premier franchiseur sur le marché de l'optique et de l'audiologie. Pour les soutenir, nous mettons à leur disposition une équipe pluridisciplinaire et une politique de formation variée et ambitieuse.

En outre, il existe trois piliers essentiels pour nous et notre réseau.



La communication

que nous considérons comme l'un des moteurs essentiels de nos résultats. Non seulement au niveau du Groupe, mais aussi pour nos partenaires locaux, nous prévoyons une stratégie à 360°, qui nous permet d'être au plus proche de nos franchisés et clients finaux par différents canaux.



L'innovation

comme caractéristique de toutes les actions que nous menons, qu'il s'agisse d'actions de communication ou de produits.

Le Groupe AFFLELOU est en recherche constante de nouvelles solutions pour rendre son réseau de magasins différenciant et compétitif, favoriser l'accès à ses produits et améliorer la qualité de vie de ses clients finaux. Cela se traduit notamment en 2023 par la poursuite du développement des offres TCHIN TCHIN, NEXTYEAR ou MAGIC, ainsi que par le développement de la téléophtalmologie.



La technologie

comme outil pour anticiper, comprendre et améliorer le quotidien des franchisés et l'expérience client. En 2018, nous avons initié notre transformation digitale. C'est non seulement un avantage compétitif pour nous, nos équipes, notre réseau, mais aussi pour l'expérience client. En mettant à disposition des clients les meilleurs produits et en démontrant une gestion sécurisée et efficace de leurs besoins, cette transformation vient pérenniser nos différents magasins et consolider la confiance de nos franchisés et clients finaux.

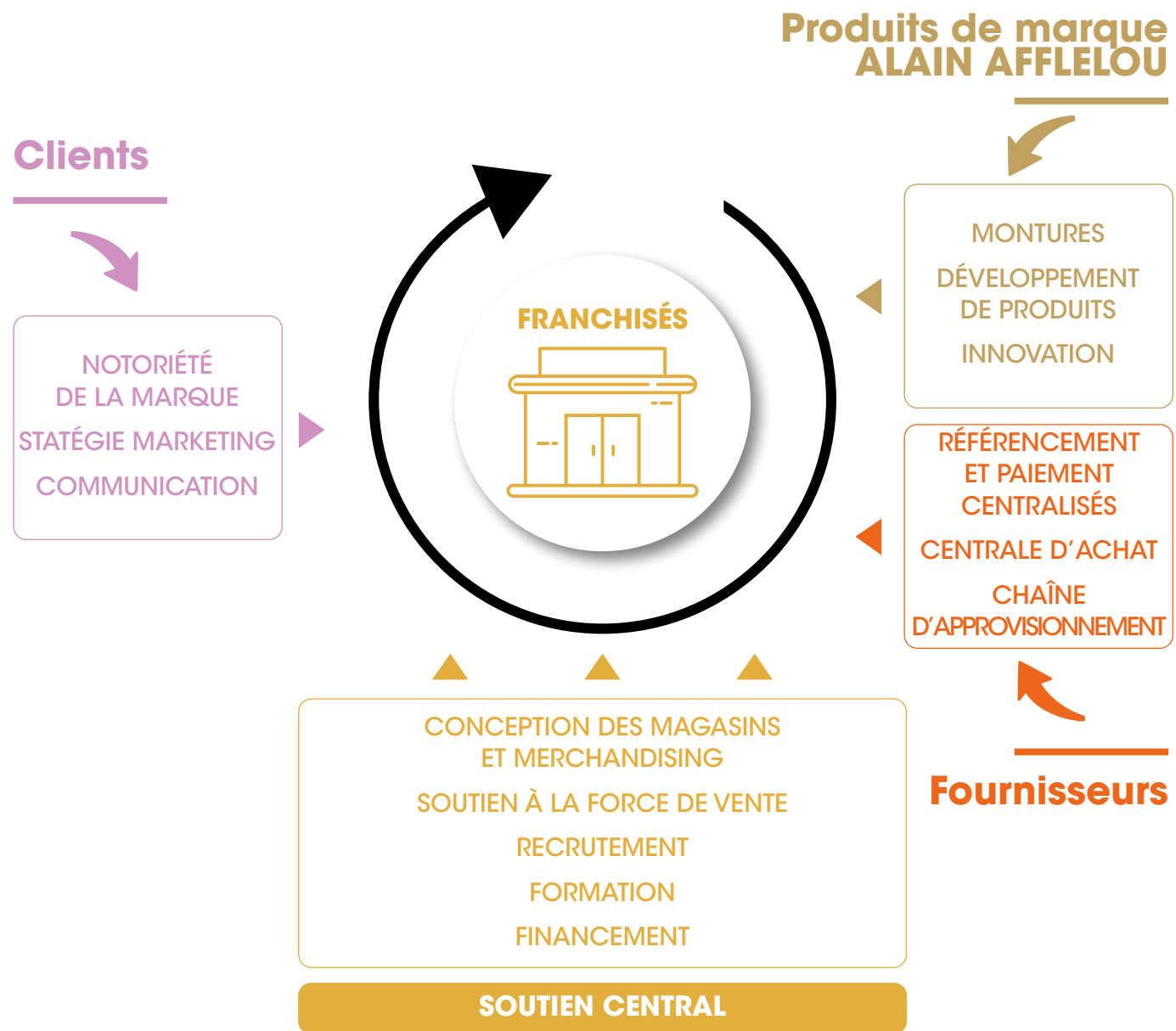
Dans ce domaine, nous appliquons le principe que la technologie vient au service des entreprises et des clients. Un engagement clair, qui sera de plus en plus présent au sein du Groupe et sur lequel nous nous appuyons pour imaginer le futur de l'opticien et de l'audioprothésiste.



Magasin Alain AFFLELOU du Forum des Halles, PARIS.



UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ DES FRANCHISÉS



Accompagnement de l'ouverture à la fermeture des magasins

Le Groupe AFFLELOU est présent auprès de ses franchiseés tout au long du cycle de vie de leurs magasins - de leur ouverture (conception du magasin, choix de l'emplacement, cofinancement, etc.), à l'accompagnement quotidien (formation, Ressources Humaines, outils numériques, etc.) et ponctuel (ex. adhésion au réseau, certifications, rénovation, transition...). En France, l'équipe Réseau terrain, composée de 17 personnes et comprenant, entre autres, quatre coordinateurs merchandising implantés localement, accompagne les magasins franchiseés dans toutes ces étapes.

Accompagnement à la gestion des magasins

Par ailleurs, les équipes du siège social du franchiseur offrent un soutien complet aux franchiseés dans les domaines de la gestion sociale et des ressources humaines. Par exemple, une équipe dédiée du siège les soutient dans leurs processus de recrutement lorsque cela est nécessaire et leur fournit des conseils sur la gestion des RH et les questions juridiques. Nos équipes juridiques viennent également en appui des franchiseés afin de garantir leur conformité aux pratiques du Groupe et à la réglementation. Des clauses de probité sont associées aux contrats de franchise, ce qui permet d'assurer le respect de la politique commerciale.

Les équipes appartenant à la division franchiseur (siège du Groupe) fournissent un soutien central aux franchiseés dans les domaines suivants, entre autres :

- Force de vente et soutien commercial
- Financement et conseil juridique
- Connaissance de la marque, communication et stratégie marketing (niveaux national et local)
- Recrutement et formation continue des équipes
- Soutien aux relations institutionnelles
- Système central de référencement et de paiement pour les achats
- Outils numériques (par exemple : système de rendez-vous en ligne)

Un outil de gestion de la relation client (CRM pour Customer Relationship Management), regroupant les mêmes fonctionnalités que le SIRH mis en place pour les salariés, a de son côté été développé pour les franchiseés.

Les initiatives entreprises pour les salariés et les équipes des magasins succursales du Groupe AFFLELOU sont généralement introduites et proposées également aux franchiseés pour qu'ils les reproduisent dans leurs propres magasins et équipes. Par exemple, les équipes des franchiseés peuvent bénéficier de la couverture santé du Groupe.



Franchiseés Alain AFFLELOU.

Accompagnement à la montée en compétences

L'Affelou Academy permet également aux franchiseés et à leurs équipes de bénéficier des mêmes formations que les équipes des magasins succursales du Groupe. Les délégués sont en contact quotidien avec les franchiseés afin de recueillir leurs commentaires et leurs besoins de formation, qui sont ensuite transmis au département RH du siège social chargé d'élaborer des plans de formation appropriés. Les animateurs se rendent ensuite sur le site pour dispenser des formations aux équipes des franchiseés.



RELATIONS AVEC LES FRANCHISÉS ET PROGRAMMES DÉDIÉS

Dans le réseau AFFLELOU, un franchisé possède 2 magasins en moyenne. Dans le segment de l'audition, généralement, les audioprothésistes ont un magasin dédié et opèrent dans 2 espaces audio dans des magasins d'optique. Sous condition d'être opticien ou audioprothésiste, les franchisés peuvent provenir de l'extérieur (opticiens ou audios indépendants, sous une autre enseigne qu'ils abandonnent) ou de l'intérieur du Groupe (salariés du siège social et de la fonction franchiseur, des succursales, employés d'un franchisé déjà dans le Groupe). Les salariés des magasins qui souhaitent devenir franchisés sont soutenus et formés par le Groupe AFFLELOU.

Proximité avec nos partenaires

Les franchisés étant les partenaires commerciaux clés du Groupe AFFLELOU, nous nous efforçons d'établir des relations de proximité et de confiance avec eux dès le début de notre collaboration. Nous visons à être disponibles, à fournir des informations fiables, ainsi qu'un soutien utile à chaque étape.

Les relations avec les franchisés sont gérées quotidiennement par des équipes opérationnelles dédiées dans chaque pays où le réseau de franchises est déployé. Dans chaque pays, un directeur du réseau de franchises des magasins et des succursales gère l'approche de gestion nationale. En France, une équipe de 17 personnes - dont 13 délégués supervisés par 4 responsables de zone, une responsable travaux en amont de l'ouverture et un responsable travaux & maintenance des magasins succursales - est responsable de l'ouverture, de la fermeture, de la rénovation des magasins et du suivi des franchisés. Ainsi, chaque franchisé possède, grâce aux délégués, un contact dédié au sein du Groupe. Chaque délégué faisant en moyenne plus de 170 visites de magasins par an, il constitue ainsi le point de contact principal des franchisés avec le Groupe AFFLELOU. Les franchisés ont par ailleurs la possibilité de poser des questions via le SIRH.

La satisfaction de nos franchisés au cœur de notre démarche

Afin de soutenir davantage les franchisés dans leurs activités et de recueillir leurs besoins et commentaires, des questionnaires sont envoyés régulièrement pour recueillir leur perception des actions commerciales entreprises par le Groupe. En Espagne, un *Net Promoter Score* (NPS) dédié est également mesuré pour les franchisés, ce qui permet d'évaluer leur satisfaction concernant l'intégration dans le réseau et le soutien complet du Groupe, ainsi que d'améliorer notre accompagnement pour leur offrir le meilleur service possible. Le NPS dédié aux franchisés sera également étendu au réseau français dans les prochaines années.

Programme d'entrepreneuriat Adelante

Nous avons souvent rencontré d'excellents professionnels qui aiment la marque AFFLELOU et connaissent parfaitement les produits, mais qui, parfois, pour des raisons économiques, ne peuvent pas établir leur propre structure. Le Groupe a donc choisi de les aider à développer leur activité.

Créé à l'origine en 2013 pour les franchisés espagnols, et étendu en 2017 à la France, le programme ADELANTE offre une assistance financière aux futurs jeunes franchisés (sans garanties préalables ni frais de procédure). En plus de cette aide financière, le franchisé bénéficie d'un parcours de soutien sur mesure afin d'aider les jeunes entrepreneurs à gérer sereinement leur activité. Le programme Adelante est également utilisé pour les cessions de nos succursales et la transmission entre franchisés.

Avec ce programme, le groupe AFFLELOU a l'intention d'éliminer l'obstacle du financement et de capitaliser sur les talents de la jeune génération. De nombreux opticiens et audioprothésistes ont bénéficié de ce programme depuis sa création : ce sont 160 opérations qui ont été soutenues à l'échelle du Groupe (France et Espagne).

Suivi de la clientèle des franchisés



1 263
MAGASINS
FRANCHISÉS

PLUS DE
800
PROPRIÉTAIRES
DE FRANCHISE

Le Groupe AFFLELOU soutient également les franchisés en leur apportant des outils de suivi de la clientèle. Ainsi, un outil permettant de suivre notamment la prise de rendez-vous des clients, les campagnes CRM et les notes NPS a été mis en place. Le client peut également prendre contact avec le magasin en cas d'insatisfaction. Les franchisés ont par ce biais la possibilité d'obtenir le taux de réponse des clients aux questionnaires.

Les équipes en charge de la relation client envoient un email aux clients afin que ceux-ci donnent leur avis sur les conseils apportés en magasins et sur la qualité de l'accueil. Ainsi, après l'achat des produits, le Groupe AFFLELOU est en mesure de transmettre à ses magasins succursales et franchisés le NPS associé à l'achat.

Les franchisés, ainsi que les responsables de zone qui les accompagnent, sont par ailleurs sensibilisés à la satisfaction client en magasin, et aux enjeux de notation pour la visibilité de leurs magasins, notamment sur internet.

Un réseau établi de franchisés

Des journées d'intégration sont organisées en France et en Espagne pour chaque nouveau franchisé entrant dans le réseau AFFLELOU. Le parcours d'intégration comprend en particulier des réunions avec chaque département avec lequel le franchisé aura une relation, afin de mieux appréhender leurs rôles et de nouer un premier contact avec les principaux interlocuteurs.

En Espagne, une semaine d'intégration est dispensée aux nouveaux franchisés et comprend notamment des informations sur les produits, les ventes, les aspects juridiques, la durabilité, etc.

La bonne intégration des franchisés s'est traduite par différentes récompenses en Espagne et en France, où le Groupe AFFLELOU a été nommé 1^{er} enseigne de franchiseur optique et audio en Espagne (en nombre de magasins) et 1^{er} opticien en France et 2^e en Espagne en termes de notoriété de la marque.

Campagne de recrutement

Dès avril 2023, le Groupe AFFLELOU a déployé une campagne de recrutement innovante pour inviter les professionnels à rejoindre son réseau de franchise de produits d'optique et d'aides auditives en France. Au cœur de cette campagne inédite, plusieurs franchisés de notre réseau ont pris la parole. Véritables ambassadeurs, ils témoignent des atouts de la franchise ALAIN AFFLELOU à travers leur propre expérience, rappelant ainsi que la proximité, la notoriété, les innovations et la réussite économique sont au cœur de notre modèle. L'objectif est de recruter de nouveaux franchisés afin de renforcer le maillage territorial de l'enseigne ALAIN AFFLELOU. Cette campagne permet de rappeler que les futurs franchisés bénéficient d'un soutien permanent. Une équipe pluridisciplinaire accompagne chaque futur franchisé dès le début de son projet et pendant toute la durée de l'aventure. Il bénéficie aussi de la plus forte notoriété d'une enseigne dans le secteur, d'un programme exclusif d'accompagnement opérationnel et financier, de la performance du modèle de franchise, de l'innovation permanente ainsi que de la dimension familiale mais aussi internationale du Groupe.





RAPPORT RSE
2023

#4
**Clients
& Société**



CLIENTS & SOCIÉTÉ

Profondément liée à sa vision et à sa mission, la contribution socio-économique du Groupe AFFLELOU est un élément central et complète nos activités quotidiennes dans les magasins.

Grâce à nos activités, nous nous efforçons de servir les clients finaux des produits et services en magasin, de la meilleure manière possible. Nous écoutons attentivement et activement nos clients pour savoir comment nous pouvons mieux les aider, en tant qu'opticiens et acousticiens, et en tant qu'experts du secteur. Nous nous engageons à aider les clients à retrouver leur bien-être, en les accompagnant tout au long de leur parcours vers une meilleure santé. Notre promesse est de leur permettre de mieux voir et entendre.

Outre les clients finaux du Groupe AFFLELOU, nous œuvrons à fournir un soutien aux personnes dans le besoin et aux populations défavorisées ou à risque d'exclusion, afin de contribuer à l'amélioration de leur vie et de leur intégration dans la société.



AGIR AU QUOTIDIEN POUR AMÉLIORER LA SATISFACTION ET L'EXPÉRIENCE CLIENT

EXPÉRIENCE ET SATISFACTION DU CLIENT FINAL

Nous plaçons la satisfaction des clients finaux au cœur de nos priorités. L'engagement du Groupe dans l'amélioration constante du parcours et de l'expérience client est fondamental et renforce notre expertise et notre savoir-faire au quotidien. Le fer de lance de la marque est avant tout le bien-être de ses clients, d'autant plus que notre principal domaine d'expertise est la santé visuelle et auditive. Il est essentiel de toujours savoir comment établir une relation de proximité avec chacun de nos clients afin de répondre à leurs besoins et attentes.

Un service Relation Client dédié – implanté au siège français et en place au niveau des différentes filiales – est chargé de gérer les relations avec les clients finaux en dehors des magasins après la vente (ex., informations, service après-vente, réclamations, e-commerce, etc.). Il comprend des collaborateurs de l'enseigne de tout âge et de tous horizons, tant opticiens diplômés qu'issus de la relation client. Garants de l'image de la marque, nous répondons à toutes les questions et préoccupations des clients, que ce soit en avant-vente ou en après-vente. Nous privilégions notamment les canaux de communication instantanés comme le chat et les réseaux sociaux, gérés en interne également. Pour aller plus loin, sur notre site, notre formulaire de contact propose un accès facilité aux sourds ou malentendants grâce au partenariat DEAFI, société française.

Pour faire suite à l'achat de produits au sein des magasins, un email est envoyé aux clients finaux afin d'obtenir leur avis sur les conseils apportés et le magasin et de déterminer le Net Promoter Score (NPS). Le NPS permet de mesurer l'expérience d'achat et la proportion de clients qui recommanderaient la marque AFFLELOU et fait l'objet d'un suivi en France et en Espagne, tant au niveau magasin qu'au niveau des équipes des sièges.



NET PROMOTER SCORE (NPS) Clients finaux - Produits d'optique		Unité	2021	2022	2023
FRANCE	Points		75	77	78
ESPAGNE	Points		80	84	86

NET PROMOTER SCORE (NPS) Clients finaux - Produits audio		Unité	2022	2023
FRANCE	Points		84	83
ESPAGNE	Points		84	91

En France et en Espagne, des visites mystères sont organisées deux fois par an dans des magasins franchisés et succursales, par un cabinet de conseil externe, afin de contrôler les normes du Groupe liées au service au client et à la gestion des relations.

Pour soutenir les magasins (succursales et franchisés) du réseau, le service client assure le suivi et la résolution de l'ensemble des plaintes et réclamations. Si nécessaire, le service agit également comme médiateur pour résoudre les problèmes soulevés par les clients. Un gestionnaire de communauté dédié au service communication aide le service client à recueillir et à gérer tous les commentaires des réseaux sociaux sur lesquels le Groupe est présent.

La satisfaction des clients est au cœur de notre activité et essentielle aux enjeux futurs de notre profession. Le Groupe a ainsi déployé depuis 2022 un outil de suivi de la relation client (CRM pour Customer Relationship Manager) pour les franchisés permettant de gérer les rendez-vous, contacter le Groupe en cas d'insatisfaction, répondre aux campagnes de satisfaction ou encore de calculer les scores NPS. Afin d'évaluer la satisfaction des clients finaux, le Groupe AFFLELOU s'appuie également sur plusieurs baromètres externes mesurant la qualité du service. Nous évaluons régulièrement la notoriété de

notre marque et notre image, via des études dédiées ou impromptues. La marque ALAIN AFFLELOU se classe aux plus hauts niveaux, dans ses principales zones d'implantation géographique.

Le Groupe AFFLELOU propose à son réseau, et plus particulièrement aux employés des magasins, des formations relatives à la satisfaction client. Ces formations ont notamment pour objectif que les franchisés et employés des magasins succursales et franchisés sensibilisent les clients afin que ces derniers notent leur expérience en magasin (magasin, contact, produit, etc.).

En France, l'étude française annuelle « Service Client de l'Année » (BVA) évalue la qualité globale du service client en tenant compte de plusieurs paramètres tels que le taux de réponse et la qualité des réponses fournis par le service client. En 2023, le Groupe AFFLELOU a reçu pour la 8^{ème} année consécutive le prix du « Service Client de l'Année » dans la catégorie « Opticien » avec une note globale de 18,89/20, soit une progression de + 2.57% par rapport à l'année précédente. Cette progression témoigne de la forte ambition de l'enseigne à proposer à ses clients des produits accessibles et de qualité ainsi que des services innovants et personnalisés pour fluidifier au mieux leur parcours de santé visuelle.



PROPOSER DES PRODUITS ET SERVICES INNOVANTS ET ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE

Afin de faciliter l'accès aux produits et services qui améliorent la santé et le confort visuels et auditifs des personnes, nos équipes se réinventent chaque jour et cherchent constamment de nouvelles façons d'améliorer davantage votre bien-être et votre confort, tout en rendant accessibles financièrement ses services et produits.



Un prix abordable et des formules pour faciliter les paiements



Un programme de multipropriété vec des offres commerciales spécifiques



Sensibilisation et conseils professionnels

DES PRODUITS & SERVICES ACCESSIBLES Une diversité d'offres

Le Groupe AFFLELOU facilite l'accès aux produits et services vendus en concevant des offres accessibles financièrement. En 2023, nous avons poursuivi notre offre TCHIN TCHIN, la plus emblématique, qui continue de s'étendre avec différents produits, et l'offre de financement NEXTYEAR®, avec laquelle le client sort de chez l'opticien ou de chez l'acousticien "sans payer" et règle ses achats en plusieurs fois jusqu'à deux ans sans intérêts ni commission. Nous souhaitons ainsi faciliter l'accès aux lunettes et aux aides auditives au plus grand nombre.

MODÈLE DE MULTI-POSSESSION

Tchin Tchin

Au début des années 1990, les tendances montraient que beaucoup de gens désiraient avoir une deuxième paire de lunettes, mais le prix restait un obstacle majeur pour la majorité d'entre eux. Dans le cadre de sa mission visant à faciliter l'accès aux produits d'optique, le Groupe AFFLELOU a lancé l'offre innovante TCHIN TCHIN en 1999. Pour 1 € de plus, les clients ont accès à une deuxième paire de lunettes de marque ALAIN AFFLELOU (collection MAGIC). Disposer d'une deuxième paire est très utile pour tous nos clients et crucial pour les personnes souffrant de troubles de la vision importants.

L'offre de la deuxième paire permet de répondre à plusieurs usages, elle est désormais disponible pour les lunettes de vue, les lunettes de soleil ainsi que les appareils auditifs. Par exemple, disposer d'une paire de secours, pour des problèmes visuels et/ou auditifs, à un prix bas et accessible, constitue une véritable sécurité pour nos clients, garantissant leur tranquillité d'esprit et améliorant leur bien-être quotidien.

Soutenue par de nombreuses campagnes publicitaires pour une large diffusion, cette offre facultative est proposée à tous nos clients dans tous les magasins AFFLELOU. En 2023, plus de 1,6 millions de clients optique ont profité de l'offre TCHIN TCHIN en France et plus de 230 000 en Espagne.



PLUS DE 1,6 MILLIONS DE CLIENTS OPTIQUE ONT PROFITÉ DE L'OFFRE TCHIN TCHIN EN 2023



PRIX ABORDABLE

Nextyear® D'AFFLELOU

Nous savons que le coût des lunettes et aides auditives peuvent rester une barrière au renouvellement de l'équipement. Le Groupe AFFLELOU souhaite faciliter l'acquisition de dispositifs optiques et audios grâce à des systèmes de paiement adaptés avec son offre NEXTYEAR®.

Depuis 2009, l'offre NEXTYEAR® permet à tous les consommateurs de payer ses lunettes un an après leur acquisition, ou en 12 paiements sur 1 an, via un crédit à la consommation simplifié sans intérêts ni frais. Ce système de paiement est disponible pour les lunettes de vue, les lunettes de soleil, les lentilles de contact, ainsi que pour tous les produits d'entretien. Concernant les appareils auditifs, les clients peuvent payer en 24 paiements sur 2 ans sans frais.

Pionner de ce type d'offres en optique et audio, nous avons observé que le panier moyen d'équipements optiques avec NEXTYEAR® est presque 50% plus élevé que le panier moyen historique.

POURQUOI PAYER MAINTENANT?

Avec **Nextyear**
CHOISISSEZ VOS LUNETTES OU VOS AIDES AUDITIVES ET PARTEZ SANS PAYER*

UN CRÉDIT VOUS ENGAGE ET DOIT ÊTRE REMBOURSÉ. VÉRIFIEZ VOS CAPACITÉS DE REMBOURSEMENT AVANT DE VOUS ENGAGER.

PRES DE 100 000 CLIENTS OPTIQUE ONT BÉNÉFICIÉ DE L'OFFRE NEXTYEAR® EN FRANCE ET EN ESPAGNE EN 2023

PLUS DE 45 MILLIONS € DE PRODUITS OPTIQUE VENDUS AVEC L'OFFRE NEXTYEAR® EN FRANCE ET EN ESPAGNE EN 2023

RENOUVELLEMENT ET REMPLACEMENT

KID COOL BY AFFLELOU

Grâce à son offre KID COOL, le Groupe AFFLELOU propose également aux parents d'obtenir le remplacement gratuit des lunettes pour leur enfant (âgé de moins de 12 ans) en cas de casse, de perte ou de vol dans l'année suivant l'acquisition. En Espagne, le Groupe s'engage à changer les verres des enfants de moins de 14 ans autant de fois que nécessaire, gratuitement, pour des changements de prescription au cours des 12 mois suivant l'achat.



ENGAGEMENTS ET GARANTIES POUR LES PRODUITS AUDITIFS

En ce qui concerne le segment des produits auditifs, l'offre ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN comprend un essai gratuit de 30 jours - conformément à la réglementation en vigueur - pour que les personnes puissent tester les aides auditives dans leur environnement quotidien avant achat et afin d'aider les personnes à trouver l'aide auditive qui leur convient le mieux. Pendant la période d'essai, le client peut rencontrer l'audioprothésiste plusieurs fois afin de recevoir des conseils et d'ajuster l'appareil en cas de besoin.

Nous continuons également à vous offrir nos services gratuitement pendant la période de garantie de vos aides auditives et de manière illimitée. Pendant cette période, l'audioprothésiste est disponible sur rendez-vous pour l'utilisation, l'entretien, le réglage et le suivi de vos aides auditives.

Densification géographique

Le Groupe AFFLELOU accélère son programme de densification de la présence de l'enseigne en France et en Espagne. L'objectif est de rendre accessible géographiquement l'enseigne sur ces territoires, pour permettre aux populations de bénéficier des offres du Groupe et d'améliorer leur santé, confort et qualité de vie.

Tests et dépistages gratuits

Conformément à notre mission, nous voulons généraliser les tests optiques et auditifs. Par exemple, 10 millions de personnes de tous âges souffrent d'un problème d'audition en France. Le dépistage est la première étape vers le traitement. C'est pourquoi nos clients peuvent bénéficier d'un test gratuit de la vision et/ou de l'audition dans une majorité des magasins du Groupe AFFLELOU.

Dans le cadre de l'engagement du Groupe en faveur de la prévention des troubles de l'audition, des équipes de praticiens spécialisés dans les aides auditives, offrent des tests d'audition et un dépistage gratuits qui peuvent être effectués dans n'importe quel magasin ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN ou dans un magasin ALAIN AFFLELOU OPTICIEN disposant d'un espace dédié à l'audition.

En France, après le test, et si un problème de vue et/ou d'audition est détecté, les personnes sont invitées à contacter leur médecin et à se rendre dans un centre médical pour un diagnostic plus approfondi. En Espagne, tout le monde peut accéder au diagnostic de la vue directement en magasin.



Sensibilisation et conseils professionnels

En plus de fournir des dispositifs de santé à nos clients, nous nous efforçons également de sensibiliser, en particulier parmi les nouvelles générations, à l'importance de la santé et du bien-être visuels et auditifs. Nous pensons que la prévention est une étape clé pour les clients qui souhaitent s'occuper de leur vue et de leur audition.

Nos équipes sont composées de professionnels de santé qualifiés, de référents dans les dispositifs optiques et les aides auditives, qui travaillent pour traiter les problèmes de vue et/ou de perte auditive du client. Nous nous engageons à aider les gens à retrouver leur bien-être, en les accompagnant tout au long de leur parcours vers un meilleur confort. Nous écoutons nos clients, nous les conseillons et nous nous rendons disponibles dans tous nos magasins. Dans ce contexte, nos équipes fourniront toujours des conseils gratuits à la demande des clients dans tous nos magasins.

La sensibilisation à la vision et à l'audition étant cruciale pour répondre davantage aux défis liés à la santé au sein de la société, nous publions de nombreuses informations et conseils sur notre site internet et sur nos réseaux sociaux. Nous fournissons des recommandations sur la manière de prendre soin de votre vue et de protéger votre audition, ainsi que des explications faciles à comprendre sur les problèmes de vue les plus fréquents (myopie, astigmatisme, hypermétropie, presbytie) et les problèmes d'audition (ex. presbycusis, hyperacusis et hypoacusis, acouphènes, etc.). Les chroniques audios enregistrées par Monsieur Alain Afflelou ainsi que de nombreuses foires aux questions (FAQ) sont également disponibles sur le site internet du Groupe. Nous voulons utiliser notre expertise pour démocratiser davantage ces sujets et aider les clients à prendre soin de leur santé.

Des opérations spécifiques de sensibilisation et de prévention sur le terrain sont également menées par le Groupe AFFLELOU d'une année sur l'autre (voir la section « Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive » pour plus de détails).

Accessibilité des magasins aux personnes à mobilité réduite

Le Groupe AFFLELOU veille à rendre accessible l'ensemble de ses magasins aux personnes à mobilité réduite (PMR) dans le respect des normes PMR si le magasin le permet, ou par d'autres moyens, via l'installation de rampes d'accès notamment.





■ L'INNOVATION CHEZ AFFLELOU

L'innovation a toujours été au cœur de l'identité du Groupe. Inspirés par notre fondateur, nous sommes passionnés par le défi de nous dépasser et par l'exploration de nouvelles façons de nous améliorer à tous les niveaux.

Chaque innovation (produit, offre et/ou concept) est conçue pour répondre aux besoins et problématiques auxquels nos clients sont confrontés. Nos efforts de recherche visent à atteindre une combinaison optimale alliant nouvelles technologies, qualité des matériaux, confort, design et des prix accessibles. L'observation et la collecte de données sur les besoins des personnes ont toujours été au cœur de l'ADN du Groupe.

La division de conception et de développement du Groupe AFFLELOU est responsable du développement de tous les produits de marque ALAIN AFFLELOU.

Le Groupe AFFLELOU s'est doté d'un service Innovation qui anime des Comités Innovation tous les deux mois. Ces comités regroupent les directeurs du Groupe et ont pour objectif de traiter des tendances d'innovation, vues dans le secteur de l'optique mais aussi dans d'autres marchés. Le but est non seulement de mettre en avant ces tendances mais aussi de ressortir pour notre enseigne, les problématiques rencontrées qui pourrait nous amener à développer de nouveaux projets.

Des thématiques telles que l'innovation dans la prise de rendez-vous ou la dématérialisation d'une carte cadeau ont ainsi pu être abordées en 2023. Ce service est à l'origine du développement de la téléophtalmologie au sein du Groupe AFFLELOU, qui a été identifiée en 2020, testée courant 2021 et officiellement lancée en 2022 (voir la section « Service de téléophtalmologie » pour plus de détails).

MAGIC
EXCLUSIVITÉ
ALAIN AFFLELOU

Grâce à des clips aimantés aux fonctions variées, la collection MAGIC permet au client d'utiliser une seule monture pour l'ensemble de ses usages et besoins potentiels (ex. lecture, conduite de nuit, solaire, etc.).

Concept innovant et exclusif à l'enseigne ALAIN AFFLELOU, les lunettes MAGIC permettent ainsi à l'utilisateur de profiter d'une monture avec des clips interchangeables qui s'adaptent à toutes les situations, et ainsi de réunir plusieurs paires de lunettes en une seule.



Partenariats avec les sphères de recherche et académiques

Les liens que nous entretenons avec les centres de formation et les universités nous permettent de participer au développement de projets de recherche dans le domaine de la santé visuelle et auditive, où nous collaborons activement à la collecte de données pour les études et à la diffusion des résultats. Nous participons à la recherche parce qu'elle fait partie de l'engagement d'ALAIN AFFLELOU en faveur de la santé visuelle et auditive et qu'elle est directement liée à notre vision de construire un monde sans barrières où l'on est bien et où l'on se sent bien. Parmi ces collaborations, nous pouvons citer les projets suivants :

PROJET EUROPÉEN YOUNG EYE (EYE)

Notre engagement à améliorer la santé des gens nous a amenés à participer pour la première fois à un projet de recherche financé par l'Union européenne. Il s'agit de projet de recherche européen Young Eye, le programme de recherche et d'innovation le plus ambitieux lancé par l'Union européenne dans le cadre d'Horizon Europe et des initiatives Marie Skłodowska Curie, doté d'un budget de 1,3 million d'euros. Ce projet d'envergure internationale a été réalisé avec les contributions conjointes de l'Espagne, du Royaume-Uni et du Portugal.

Nous nous engageons dans ce projet au côté de Mark'envoy et du groupe de recherche clinique et expérimentale de l'Université Complutense de Madrid (dirigé par le professeur David Madrid Costa). C'est la première fois qu'une société d'optique participe à un projet de cette nature, dans lequel cinq chercheurs travaillent dans le cadre de leur thèse de doctorat sur de nouvelles solutions pour le traitement de la presbytie avec des lentilles de contact. Ensemble, nous pouvons trouver de nouvelles alternatives thérapeutiques pour la presbytie.

Nous cherchons à former une nouvelle génération de chercheurs plus créatifs et innovants, capables de transformer des idées en produits et services présentant un avantage social et économique pour la société. Ce projet vise également à renforcer l'impact et la visibilité internationale de la recherche européenne, grâce à la diffusion, la communication et la vulgarisation intégrées, et à favoriser des synergies entre les secteurs privé et universitaire.

BAROMÈTRE DE LA MYOPIE INFANTILE

Nous avons collaboré avec l'Université européenne de Madrid pour le développement de l'étude sur la prévalence de la myopie infantile en Espagne, en fournissant les données enregistrées entre 2016 et 2020 lors de la campagne scolaire pour la santé visuelle promue par la Fondation ALAIN AFFLELOU. Les résultats des examens ont donné lieu en septembre 2021 au rapport sur la prévalence de la myopie chez l'enfant, sur la base duquel a été élaboré un an plus tard le Baromètre de la myopie, publié en septembre 2022.

Le Baromètre de la myopie infantile (2016-2021) a été conçu comme une étude évolutive, qui s'appuie sur des données mises à jour et renouvelées chaque année dans le cadre de la campagne susmentionnée de la Fondation. Il vise à analyser l'évolution de la myopie dans la population infantile espagnole, un problème de plus en plus présent chez les plus jeunes.

L'étude est riche et révélatrice, car entre 5 et 7 ans, les enfants ne disposent pas du recul pour évaluer leurs capacités visuelles, il est ainsi difficile de détecter les déficiences visuelles comme la myopie. Au cours des 6 années d'étude, nous avons recueilli des informations auprès de 15 672 enfants participant à la campagne dans toute l'Espagne. Pour analyser toutes les données, 4 chercheurs du groupe de recherche sur la vision de l'Université européenne de Madrid et 330 opticiens ALAIN AFFLELOU de toute l'Espagne ont été impliqués.

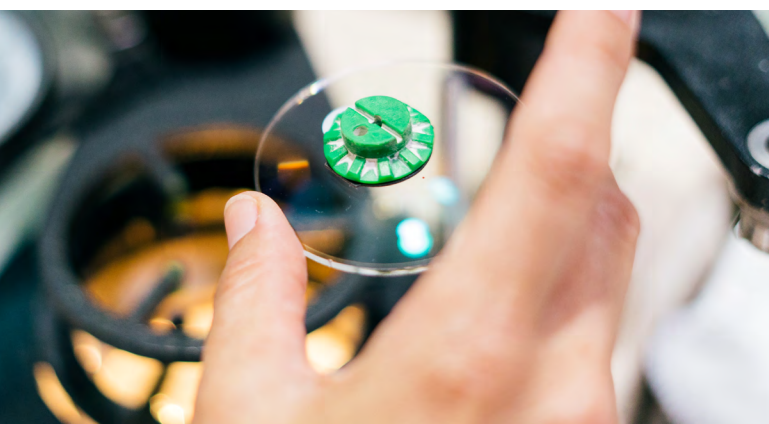
Les conclusions que l'on peut tirer de cette étude sont les suivantes :

La prévalence de la myopie en Espagne a augmenté de 17% entre 2016 et 2021.

En 2020 et 2021, la prévalence de la myopie s'est stabilisée. Il est nécessaire de tenir compte du fait que le confinement sanitaire lié à la crise Covid peut avoir influencé la prise de conscience en matière de santé.

Les problèmes de sommeil sont plus nombreux chez les enfants myopes.

En guise de conclusion générale, nous soulignons que le mode de vie des enfants a une forte influence sur l'apparition et le développement de la myopie. Un mode de vie incluant davantage d'activités de plein air réduit le risque d'apparition et de développement de la myopie.



Numérisation des processus et services

En 2018, le Groupe AFFLELOU a lancé un plan de transformation numérique de ses propres opérations, processus en magasin et expérience liée au client final. La numérisation des services et des conseils professionnels permet d'y accéder plus facilement et est un pas de plus vers leur démocratisation.

DÉMATÉRIALISATION DU POINT DE VENTE

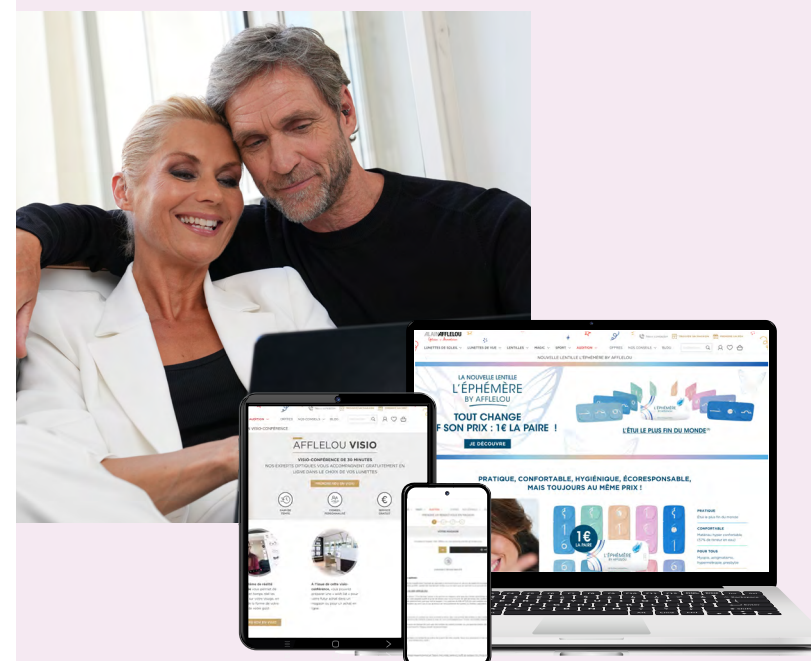
Le site internet d'AFFLELOU est accessible dans quatre langues avec un accès 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Le commerce électronique est particulièrement utilisé par nos clients finaux pour l'achat de produits en l'état, c'est-à-dire les lunettes de soleil, les lunettes de lecture, les lentilles de contact et d'autres produits qui ne nécessitent pas d'ordonnance médicale, ni de transformation dans le cadre du processus d'achat.

La dématérialisation des processus administratifs, tels que la signature électronique et la numérisation des documents papier, est en place en Espagne et en France.

NUMÉRISATION DU PARCOURS CLIENT

Un système de prise de rendez-vous en ligne avec nos professionnels des yeux et de l'audition en ligne est également disponible dans tous nos magasins.

Les clients peuvent également accéder à un essai virtuel des lunettes, ce qui leur permet d'essayer leur sélection directement chez eux, de demander l'avis de leurs proches, de trouver des modèles qu'ils ne trouvent peut-être pas dans leur magasin habituel et de gagner du temps lors de leur prochaine visite en magasin. L'essai virtuel peut être effectué en ligne via le site internet du Groupe AFFLELOU, mais également grâce à des écrans numériques dédiés dans les magasins.



SERVICE DE TÉLÉOPHTHALMOLOGIE

En termes d'innovation, l'année 2022 a vu naître le service de téléconsultation dans les magasins du Groupe situés en France afin de faciliter l'accès aux soins ophtalmologiques dans les déserts médicaux. À travers ce nouveau service, ALAIN AFFLELOU permet à des patients, qui habituellement ont des délais de prise de rendez-vous avec un ophtalmologiste en physique extrêmement longs, à cause notamment d'une pénurie d'ophtalmologistes dans de nombreuses zones du territoire (« déserts médicaux », de réduire ce délai en proposant au patient d'accéder à une téléconsultation depuis une salle dédiée d'un magasin de l'enseigne proposant ce service. C'est une véritable offre de santé publique qui a été mise en place et l'année 2023 a été consacrée au développement de ce service en priorisant les endroits les plus critiques en termes de délai pour permettre l'accès au soin pour tous. 100 magasins ont pu déjà être installés en 2023 sur les 200 magasins identifiés, permettant de réaliser plus de 10 000 téléconsultations.

La prévention est un volet très important chez les opticiens ALAIN AFFLELOU et le dispositif mis en place pour permettre la téléconsultation dispose systématiquement de deux types de matériel dont un de dépistage qui permet à l'ophtalmologiste de non seulement réaliser un examen de la vue classique à distance mais aussi de détecter de possibles pathologies (cataracte, DMLA, par exemple) et d'orienter si besoin le patient vers un cabinet pour une consultation en présentiel. Ce système permet de mettre en avant un parcours de soin complet avec un opticien ALAIN AFFLELOU au cœur de la démarche préventive.

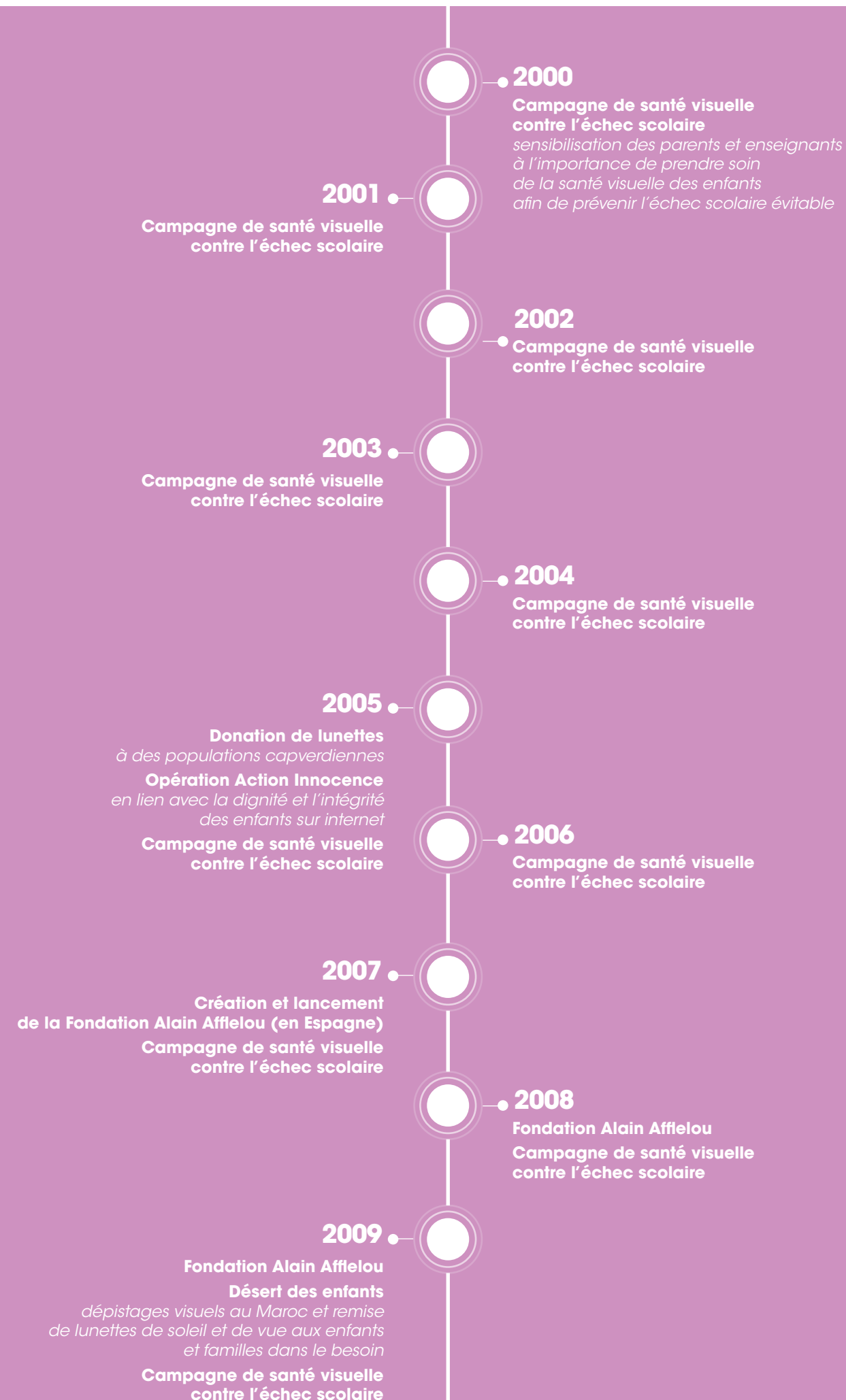
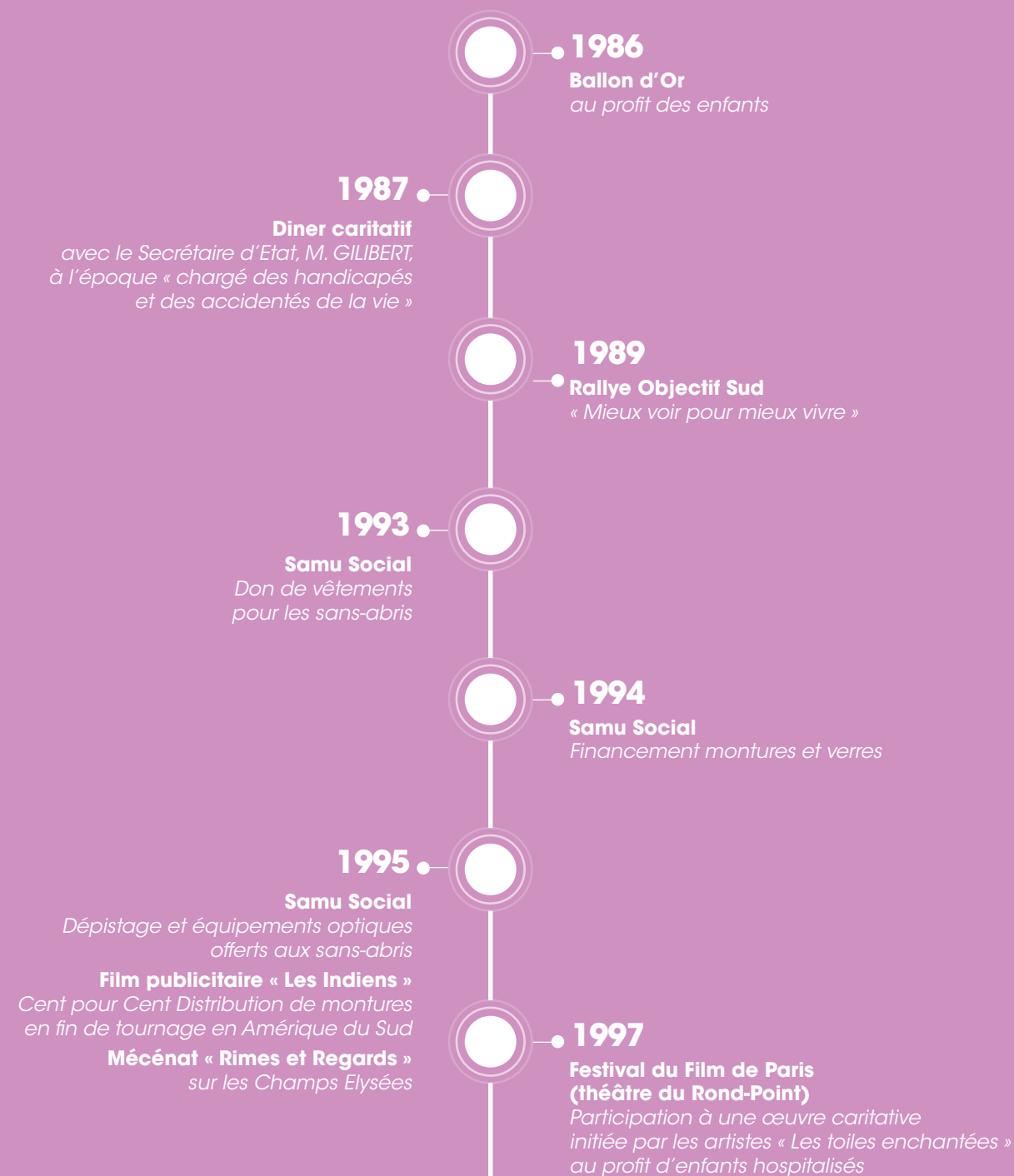
En collaboration avec son fournisseur de matériels et avec le leader de la télémédecine en France, ALAIN AFFLELOU a élaboré, en plus, un dispositif technologique innovant conforme aux réglementations médicales en vigueur pour assurer la totale indépendance entre les deux corps de métiers.

Outre la contribution de ce projet à la Mission du Groupe AFFLELOU, celui-ci traduit la capacité d'innovation de notre réseau et de nos équipes, car nous pouvons dire que nous sommes l'enseigne précurseur de ce service et encore la seule à date à s'être autant investie.

SENSIBILISER NOS CLIENTS ET LA SOCIÉTÉ AUX ENJEUX DE SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE

Les collaborations, les parrainages et les partenariats du Groupe AFFLELOU avec des institutions et des entités de notre écosystème constituent un pilier essentiel pour concrétiser nos engagements en faveur du développement d'un modèle soutenable des communautés dans lesquelles nous opérons et pour poursuivre le développement de notre activité. Les initiatives que nous accompagnons visent à mettre en évidence l'importance de la santé visuelle et auditive, ainsi qu'à promouvoir l'égalité des chances et l'intégration sociale.

Historique de nos initiatives solidaires



2010

Fondation Alain Afflelou
Désert des enfants
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

Partenariat
Sophie Vouzelaud pour défendre l'accessibilité
des personnes sourdes et malentendantes.
500 appareils auditifs offerts
par an pour les personnes défavorisées.

2012

Fondation Alain Afflelou
Campagne Down "Los peces no se mojan"
lunettes ALAIN AFFLELOU adaptées et offertes
aux enfants trisomique âgés de moins de 15 ans

Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

Opération au Malawi
Ouverture d'une unité de soins pour les yeux
et engagement en faveur de l'éducation
des enfants avec Tasha de Vasconcelos
Ambassadrice de l'Union Européenne
pour les causes humanitaires,
et fondatrice de l'association Amor

2014

Fondation Alain Afflelou
Désert des enfants
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

Opération de prévention
Club santé débat avec Michel Cymes
Voyage Afrique du Sud

Parrainage d'enfants par les franchisés
donation de fournitures scolaires
et d'équipements optiques

2016

Fondation Alain Afflelou
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

Recyclage de lunettes et don
aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club (Espagne)

2018

Fondation Alain Afflelou
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire
Recyclage de lunettes et don
aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club (Espagne)

VolviendoAVer en collaboration
avec la Croix Rouge
contrôle de vue et remise de lunettes de vue
pour les personnes défavorisées

2011

Fondation Alain Afflelou
Désert des enfants
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

Soutien à Enzo
pour son opération aux USA
Association « Les Etoiles du Bonheur »

2013

Fondation Alain Afflelou
Désert des enfants
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

2015

Fondation Alain Afflelou
Désert des enfants
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

Recyclage de lunettes et don
aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club (Espagne)

Campagne de protection infantile
avec la Fondation Espagnole de Pédiatrie

2017

Fondation Alain Afflelou
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

Recyclage de lunettes et don
aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club (Espagne)

2019

Fondation Alain Afflelou
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire
Recyclage de lunettes et don
aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club (Espagne)

VolviendoAVer en collaboration
avec la Croix Rouge
contrôle de vue et remise de lunettes de vue
pour les personnes défavorisées

Les Bouchons de L'espoir
collecte de bouchons en plastique
Association Langage & Intégration
1000 € reversés et dotation de produits audio

Association Odyssea / running
donation sur frais d'inscription
des collaborateurs inscrits (2017 et 2018)

Les Chiens Guides de l'Ouest
Financement de deux chiens guides d'aveugles
et achat de deux cannes électroniques

2021

Fondation Alain Afflelou
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire

Recyclage de lunettes et don
aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club
(Espagne) et avec Medico (France)

VolviendoAVer en collaboration
avec la Croix Rouge
contrôle de vue et remise de lunettes de vue
pour les personnes défavorisées

Les Trois Règles d'Afflelou
sensibilisation aux conséquences
de l'utilisation des écrans
et prévention de la myopie

Les Bouchons de L'espoir
Lancement d'une opération annuelle
de collecte en magasins d'emballages lentilles,
de lunettes (Medico Lions Club)
et piles audio (Corepile)
La Forty du Cœur (Ehpad)

2023

Fondation Alain Afflelou
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire
(don de lunettes à tous les enfants âgés
de 5 à 7 ans qui en ont besoin)

Recyclage de lunettes et don
aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club (Espagne)
et avec Medico (France)

Désert des enfants
VolviendoAVer en collaboration
avec la Croix Rouge
contrôle de vue et remise de lunettes de vue
pour les personnes défavorisées

2020

Fondation Alain Afflelou
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire
Recyclage de lunettes et
don aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club (Espagne)

VolviendoAVer en collaboration
avec la Croix Rouge
contrôle de vue et remise de lunettes de vue
pour les personnes défavorisées

Les Trois Règles d'Afflelou
sensibilisation aux conséquences de l'utilisation
des écrans et prévention de la myopie

Les Bouchons de L'espoir
Association Téléthon / running
donation sur frais d'inscription
des collaborateurs inscrits

Dépistages visuels à Bangkok
pour 150 personnes défavorisées
Donation équipements optiques
à des Maliens albinos
(en soutien à l'Association AMPA)

Covid-19
Don de 500 000 masques FFP2
aux personnels soignants (France)

Donation associations
Tout le monde contre le cancer
Vaincre la Mucoviscidose / soutien
à Arthur Desplaces, franchisé Alain Afflelou

2022

Fondation Alain Afflelou
Campagne de santé visuelle
contre l'échec scolaire
(23^e édition : don de lunettes à tous les enfants
âgés de 5 à 7 ans qui en ont besoin)

Recyclage de lunettes et don
aux populations défavorisées
en collaboration avec le Lions Club
(Espagne) et avec Medico (France)

Désert des enfants
VolviendoAVer en collaboration
avec la Croix Rouge
contrôle de vue et remise de lunettes de vue
pour les personnes défavorisées

Téléophtalmologie
service de téléconsultation dans les magasins
afin de faciliter l'accès aux soins ophtalmologi-
ques dans les déserts médicaux - Lancement
sur 5 magasins tests en juin 2022



LA FONDATION ALAIN AFFLELOU

Notre engagement envers la société s'est traduit en 2007 par la création de la Fondation ALAIN AFFLELOU, dont la mission principale est de promouvoir des projets de sensibilisation, de prévention et de diagnostic des problèmes visuels et auditifs, tant en Espagne qu'à l'étranger. L'objectif principal de la Fondation ALAIN AFFLELOU est d'améliorer la qualité de vie des populations les plus défavorisées, en les aidant à améliorer et prendre soin de leur vue et audition.

La Fondation cherche également à sensibiliser la population à l'importance d'avoir une bonne vue et une bonne audition. À cette fin, il est essentiel d'effectuer des contrôles réguliers afin de détecter les éventuels problèmes et de les corriger à l'aide d'un traitement approprié. Une mauvaise vue limite notre vie et, en particulier, celle des enfants qui sont souvent incapables de répondre aux attentes de l'école en raison de problèmes de vision. C'est pourquoi nous insistons sur l'importance du dépistage des troubles visuels chez les jeunes enfants.

Depuis sa création, les principaux domaines d'action sur lesquels la Fondation s'est concentrée sont les suivants :

- Lutter contre l'échec scolaire et sensibiliser les parents et les enseignants à l'importance d'un examen régulier de la vue, les problèmes visuels ayant une incidence directe sur les résultats scolaires
- Contribuer à l'amélioration de la qualité de vie des personnes défavorisées qui n'ont pas accès à une correction optique adéquate, en prévenant et en corrigeant leurs problèmes de vue.
- Protéger les yeux des enfants des effets du soleil et sensibiliser à l'importance du port de lunettes de soleil.
- Veiller à la santé oculaire des enfants les plus défavorisés d'Afrique, qui sont exposés aux rayons UV sans protection dès leur plus jeune âge.

NOUS ABORDONS CES LIGNES D'ACTION EN DÉVELOPPANT DIFFÉRENTS PROJETS QUI PEUVENT ÊTRE REGROUPÉS EN FONCTION DE NOTRE INTERVENTION : INCLUSION, RÉUTILISATION ET ÉDUCATION.



- **L'inclusion** : Nous voulons prendre soin de la santé visuelle et auditive de la société.
- **La réutilisation** : Nous sommes conscients que nous faisons partie du problème et nous en assumons la responsabilité en cherchant des solutions de valorisation des produits.
- **L'éducation** : Nous sommes motivés par la sensibilisation des adultes et des enfants à la santé visuelle et auditive.

Les initiatives de la Fondation ALAIN AFFLELOU impliquent les équipes du siège, des magasins succursales et des franchisés, ainsi que de nombreuses organisations et institutions partenaires. Au niveau local, nous encourageons activement les équipes et le réseau AFFLELOU à participer aux initiatives de la Fondation. Par ces différentes actions, nous conduisons et progressons vers l'objectif d'amélioration de la santé et du bien-être de la société, conformément à l'ODD 3 dans le cadre de l'Agenda 2030.

INCLUSION : nous œuvrons pour améliorer la santé visuelle et auditive au sein de la société

DÉSERT DES ENFANTS

Depuis 2012, nous sommes associés à l'Association El Desierto de los Niños (« le Désert des enfants »), une initiative solidaire qui voyage en caravane dans le désert marocain. Grâce à la collaboration annuelle avec l'Association et à la participation de nos volontaires, nous sommes en mesure d'améliorer la santé visuelle de la population vivant dans les zones les plus reculées du désert marocain. Cette initiative de solidarité permet à un groupe d'opticiens-optométristes bénévoles de se déplacer en caravane dans le désert pour effectuer des examens de la vue et distribuer des lunettes à la population locale.

Une fois le diagnostic établi, les lunettes sont confectionnées en Espagne, envoyées dans les villes concernées et remises en mains propres, assorties de lunettes de soleil. Comme le rayonnement solaire a énormément d'impact dans ces régions, la forte exposition aux rayons du soleil provoque de nombreux problèmes de vue. Les faibles ressources dont disposent ces populations, la difficulté d'accès aux dépistages et l'impossibilité, dans de nombreuses occasions, d'acquiescer des lunettes, entraînent une dégradation de leur santé visuelle.

Au travers de cette action, nous œuvrons pour éliminer les barrières visuelles dans ces communautés et contribuer à améliorer leur qualité de vie.

#VOLVIENDO A VER

Notre travail à la Fondation ALAIN AFFLELOU est de mettre à disposition tous les moyens techniques et humains dont nous disposons pour permettre aux personnes ayant moins de ressources de vivre en bonne santé visuelle.

En 2023, nous avons célébré la cinquième édition de #Volviendo A Ver, en collaboration avec HOYA et la Croix-Rouge espagnole, afin de fournir des soins optiques et des lunettes de vue gratuits aux personnes en risque d'exclusion sociale et aux groupes vulnérables. Notre objectif est d'aider les personnes qui en ont le plus besoin et qui n'ont pas les moyens d'acheter des lunettes, ce qui détériore leur qualité de vie et bien-être.

Le projet est coordonné dans tous les centres optiques ALAIN AFFLELOU d'Espagne. Nous accueillons des personnes souffrant de problèmes visuels que la Croix-Rouge espagnole identifie comme les bénéficiaires les plus vulnérables de ses actions. Une prise en charge personnalisée est mise en œuvre et les personnes se voient offrir des lunettes de vue en cas de besoin.

Depuis le lancement de cette initiative en 2018, nous avons contrôlé la vue et donné des lunettes à plus de 5 110 personnes, améliorant ainsi leur qualité de vie et contribuant à leur insertion sociale et professionnelle.

DEPUIS 2012 :



+ DE 70 OPTICIENS ONT PARTICIPÉ À L'INITIATIVE



+ DE 6 850 DEPISTAGES DE LA VUE REALISÉS



+ DE 4 000 LUNETTES DE VUE DISTRIBUÉES



+ DE 4 800 LUNETTES DE SOLEIL DISTRIBUÉES



EN 2023



+ DE 1 200 BÉNÉFICIAIRES

45% DE FEMMES ET D'ENFANTS

21 % DE MIGRANTS ET RÉFUGIÉS

34 % EN SITUATION D'EXTRÊME VULNÉRABILITÉ



RÉUTILISATION : nous cherchons des solutions parce que nous savons que nous faisons partie du problème et souhaitons faire partie de la solution

UNE SECONDE VIE DONNÉE AUX LUNETTES



Des enquêtes récentes montrent qu'il existe une grande quantité de lunettes que les porteurs n'utilisent plus. Il est donc important de promouvoir la seconde vie des lunettes.

Des millions de personnes dans le monde n'ont pas les ressources financières suffisantes pour bien prendre soin de leur vue, et environ 90 % des pathologies visuelles sont alors concentrées dans les pays à faibles revenus. Depuis 2015, nous avons ainsi uni nos forces aux Médico Lions Clubs de France et Lions Clubs International en Espagne, dans la lutte contre la cécité évitable au travers d'un projet de reconditionnement de lunettes, afin de fournir ce produit de santé essentiel aux personnes dans le besoin.

Au sein de nos magasins en France et en Espagne, nous avons mis à disposition de nos clients et de tout porteur de lunettes, des urnes de collecte dans lesquelles ils peuvent déposer les anciennes lunettes qu'ils ne portent plus (lunettes de vue, de lecture et de soleil). Les lunettes collectées sont envoyées en atelier et triées par notre partenaire. Elles sont ensuite données à de nouveaux bénéficiaires au travers de missions humanitaires menées dans le monde entier par des bénévoles et équipes locales, ou recyclées.

En 2023, **plus de 152 000 paires de lunettes ont été collectées dans nos magasins** (125 000 en France et 27 000 en Espagne) et données à notre partenaire, qui en a fait bénéficier à des milliers de personnes dans une dizaine de pays en Afrique et en Asie.



ÉDUCATION : nous souhaitons sensibiliser les jeunes et les moins jeunes à la santé visuelle et auditive

CAMPAGNE DE SANTÉ VISUELLE DANS LES ÉCOLES

Dans le cadre de la Fondation ALAIN AFFLELOU, la campagne scolaire pour la santé visuelle est notre action sociale la plus importante. Ainsi, chaque année, entre septembre et octobre, les enfants peuvent se rendre chez nos opticiens pour faire contrôler gratuitement leur vue et les enfants âgés de 5 à 7 ans qui présentent un trouble visuel reçoivent gratuitement une paire de lunettes de vue.

La 23^{ème} édition de cette campagne conserve les mêmes objectifs : sensibiliser le plus grand nombre de familles à l'importance de la santé visuelle des enfants grâce à des dépistages et éduquer et sensibiliser les enfants à des bonnes pratiques visuelles.



Nous savons que 30% des échecs scolaires des enfants sont dus à des problèmes de vue. Nous voulons donc contribuer à sensibiliser les parents à l'importance de faire contrôler la vue de leurs enfants au moins une fois par an.

En 2022, nous avons effectué plus de 11 000 examens de la vue et fourni gratuitement plus de 5 000 lunettes de vue. Au cours des 23 éditions de cette campagne, nous avons effectué plus de 196 000 examens de la vue et délivré plus de 124 000 lunettes de vue.





LES 3 RÈGLES D'AFFLELOU

Distance, temps et éclairage pour prévenir la myopie

Selon nos experts, les yeux des enfants ne sont pas adaptés à l'exposition aux écrans. Il est donc nécessaire de protéger la vue des enfants et de retarder l'âge d'utilisation des appareils électroniques. La Fondation ALAIN AFFLELOU, à travers les trois règles Afflelou, sensibilise aux conséquences de l'utilisation des écrans. Mises en place pendant le confinement, ces règles permettent d'inculquer les clés de la prévention de la myopie dès le plus jeune âge.

GARDEZ LA BONNE DISTANCE



la distance est un facteur clé. En effet, plus nous utilisons les écrans de près, plus nos yeux travaillent. La distance recommandée dépend de l'appareil utilisé. Il est conseillé de faire régulièrement de courtes pauses et d'en profiter pour regarder un objet éloigné.

MAINTENEZ UN BON ÉCLAIRAGE AMBIANT



le contrôle des contrastes sous lumière ambiante réduit le développement de la myopie. Nous devrions utiliser nos appareils numériques dans un environnement bien éclairé, en évitant les reflets. Il est recommandé que les enfants effectuent des activités de plein air au moins deux heures par jour.

RÉDUIRE LE TEMPS D'EXPOSITION



il est conseillé de faire des pauses pour reposer ses yeux. Plus le nombre d'heures passées à travailler de près est élevé, plus la probabilité d'apparition de la myopie est grande.

Cette campagne permet de sensibiliser au risque que représente l'utilisation abusive des écrans, qui s'est multipliée ces dernières années. Dans le cadre de cette initiative, nous avons collaboré avec une startup de l'équipe du professeur Norberto López Gil, de l'Université de Murcie. Cette collaboration a été menée lors du lancement de l'application mobile Miopía.app, conçue par des scientifiques et des optométristes afin de protéger la vue des enfants grâce à des conseils qui aident les utilisateurs à développer des habitudes saines.

PARRAINAGES

Chez ALAIN AFFLELOU, nous partageons des valeurs avec la culture du sport, comme l'esprit de dépassement de soi, l'importance du travail en équipe et la promotion d'habitudes saines.

C'est pourquoi, ces dernières années, nous avons été sponsors du club d'eSports "Movistar Riders", un club créé pour contribuer au développement des sports électroniques, car il s'agit d'un canal de communication direct avec les segments les plus jeunes de la société.

Par l'intermédiaire de membres parmi les plus populaires de l'équipe professionnelle de jeux vidéo, nous contribuons à sensibiliser les joueurs à l'importance de prendre soin de leur vue lorsqu'ils passent plusieurs heures devant les écrans, comme c'est le cas aujourd'hui pour de nombreux enfants et adolescents. C'est pourquoi la campagne "Les héros portent des lunettes" menée par l'équipe Movistar Riders vise à sensibiliser les jeunes à la santé visuelle.





RAPPORT RSE
2023

#5
Environnement



ENVIRONNEMENT

Pour limiter son impact environnemental, le Groupe AFFLELOU travaille principalement sur l'utilisation raisonnée des ressources naturelles ainsi qu'à la mesure et à la réduction de son empreinte carbone.

Le Groupe s'engage à intégrer la durabilité sur l'ensemble du cycle de vie des produits, depuis leur fabrication jusqu'à leur fin de vie. Nous cherchons ainsi à améliorer l'éco-conception de nos produits avec nos partenaires - en utilisant par exemple des matériaux biosourcés ou recyclés, ou encore en anticipant davantage leur fin de vie - ainsi que des emballages et autres équipements.

Bien que le Groupe AFFLELOU n'a pas d'activité directe de fabrication de lunettes, des déchets sont toutefois générés dans les sites et bâtiments ainsi que dans le réseau de magasins (succursales et franchisés), notamment au travers des produits invendus. Au sein du réseau de magasins, la consommation d'eau a également été identifiée comme un enjeu important en lien avec nos opérations quotidiennes.

LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS PRODUITS ET EMBALLAGES SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE

■ INTÉGRATION DE LA DURABILITÉ SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE DES PRODUITS

Dans notre démarche de transformation durable, l'un des axes principaux sur lequel nous travaillons est l'éco-conception de nos produits. Nous avons entrepris de créer de nouvelles collections plus responsables en optimisant l'utilisation des matières premières ou en employant de nouveaux matériaux.

Nous avons par exemple lancé de nouvelles gammes de produits fabriquées avec des matériaux alternatifs, grâce auxquelles nous réduisons l'utilisation des ressources naturelles, limitons la génération de pollutions et contribuons à la réalisation de nos engagements environnementaux (ex. collection H2O, Magic « Eco-Friendly », etc.).

Les produits ayant bénéficié d'une réflexion sur leur éco-conception et que nous avons mis sur le marché répondent toujours à des critères de qualité et de durabilité très exigeants. Ces derniers ont notamment été réalisés avec des matières premières sélectionnées pour leur moindre impact environnemental et offrent, en même temps, un confort maximal au client.

Des matières premières plus durables

Ces dernières années, nous avons opté pour l'utilisation de matériaux à plus faible impact sur l'environnement. Nous contribuons ainsi à réduire les déchets polluants qui influencent le changement climatique et endommagent les écosystèmes. Le Groupe a ainsi promu des collections fabriquées à partir de matières premières plus durables.

MAGIC « ECO-FRIENDLY »

En 2020, nous lançons ces montures en bioplastique (G850) obtenu à partir d'une matière première dérivée de l'huile de ricin. Le ricin est cultivé dans des zones semi-arides et ne contribue pas à la déforestation.

L'utilisation de cette matière première a été étendue à la quasi-totalité des collections TCHIN TCHIN optique et MAGIC. À date, plus d'un million de montures et deux millions de clips fabriqués dans ce nouveau matériau ont été mis sur le marché.



35% DE NOS MONTURES DE MARQUE PROPRE ET 87% DES MAGIC CLIPS SONT FABRIQUÉS À PARTIR DE G850, BIOPLASTIQUE ISSU DE L'HUILE DE RICIN & 100% DES MONTURES EN PLASTIQUE DE LA COLLECTION MAGIC TCHIN TCHIN SONT FABRIQUÉES AVEC CE BIOPLASTIQUE.



LA NOUVELLE LENTILLE L'ÉPHÉMÈRE BY AFFLELOU

LA NOUVELLE LENTILLE
L'ÉPHÉMÈRE
BY AFFLELOU

Nos lentilles de contact journalières l'Éphémère possèdent un packaging dont la quantité de plastique a été réduite de près de 80% (par rapport à un emballage traditionnel). Le packaging est 100% fabriqué à partir de plastique recyclé et près de 99% du plastique utilisé dans le processus de fabrication est également recyclé.



80%
RÉDUCTION
DE PLASTIQUE

Dans le packaging, la quantité de plastique a été réduite de près de 80%.⁽¹⁾



99%
RECYCLÉ

Près de 99% du plastique utilisé dans le processus de fabrication est recyclé.⁽²⁾

100%
RECYCLÉ

Le packaging est 100% fabriqué à partir de plastique recyclé.⁽³⁾



Source : Menicon

LE GROUPE AFFLELOU A ÉGALEMENT TRAVAILLÉ AU DÉVELOPPEMENT D'AUTRES COLLECTIONS PLUS DURABLES TELLES QUE LA GAMME DE LUNETTES H₂O. LANCÉE EN AOÛT 2020, LA COLLECTION H₂O BY AFFLELOU A ÉTÉ LA PREMIÈRE COLLECTION DE LUNETTES DE SOLEIL DU GROUPE AVEC DES MONTURES FABRIQUÉES À PARTIR DE BOUTEILLES EN PLASTIQUE RECYCLÉES, DOTÉES DE VERRES BIODÉGRADABLES ET D'ÉTUIS ÉGALEMENT FABRIQUÉS À PARTIR DE MATÉRIAUX RECYCLÉS.

Source : Menicon

Des accessoires plus durables au sein de notre offre

Nous utilisons également des matières premières plus durables pour les accessoires qui accompagnent les lunettes :

ÉTUIS ET HOUSSES EN R-PET

Dans les points de vente, les étuis de nos produits de marque propre sont entièrement fabriqués à partir de plastique recyclé (r-PET) provenant de bouteilles et d'emballages. Nous proposons également des housses de protection en r-PET pour nos produits de marque propre, et depuis que nous avons commencé à travailler avec ce matériau, plus de 5 millions de manchons ont été produits.



VERRES DE PRÉSENTATION ET SACHETS INDIVIDUELS DE PROTECTION EN BD8



Les cadres de présentation de nos montures de marque propre présentés en magasins sont fabriqués en BD8, un plastique pouvant être recyclé ou décomposé dans l'environnement après 5 ans. À ce jour, plus de 5 millions d'unités avec du BD8 ont été fabriqués. Des millions de sachets individuels de protection des produits (verres et branches des lunettes notamment) sont également fabriqués avec le BD8.

Maîtrise de la fin de vie des produits

Les produits et stocks d'optique invendus sont envoyés en priorité pour des dons via les partenariats réalisés par la Fondation ALAIN AFFLELOU. Les équipements sont ensuite utilisés par le biais d'initiatives soutenant les communautés et/ou les personnes dans le besoin (voir la section « La Fondation ALAIN AFFLELOU » pour plus de détails).

Les batteries et systèmes d'aides auditives sont également recyclés au cas par cas à travers le réseau. Les éco-organismes *Ecopilas* en Espagne et *Corepile* en France mettent à disposition dans tous les magasins ALAIN AFFLELOU des urnes de collecte gratuite des piles audio usagées.



AU SEIN DE NOS MAGASINS EN FRANCE ET EN ESPAGNE, NOUS AVONS MIS À DISPOSITION DE NOS CLIENTS ET DE TOUT PORTEUR DE LUNETTES, DES URNES DE COLLECTE DANS LESQUELLES ILS PEUVENT DÉPOSER LES ANCIENNES LUNETTES QU'ILS NE PORTENT PLUS (LUNETTES DE VUE, DE LECTURE ET DE SOLEIL). LES LUNETTES COLLECTÉES SONT ENVOYÉES EN ATELIER ET TRIÉES PAR NOTRE PARTENAIRE. ELLES SONT ENSUITE DONNÉES À DE NOUVEAUX BÉNÉFICIAIRES AU TRAVERS DE MISSIONS HUMANITAIRES MENÉES DANS LE MONDE ENTIER PAR DES BÉNÉVOLES ET ÉQUIPES LOCALES (VOIR LA SECTION « LA FONDATION ALAIN AFFLELOU » POUR PLUS DE DÉTAILS), OU RECYCLÉES.





■ GESTION DES DÉCHETS

Étant donné qu'il n'existe aucune activité directe de fabrication au sein du Groupe, les activités des magasins ne génèrent pas une quantité significative de déchets, en dehors des potentiels stocks de produits invendus (voir la section « Gestion des stocks de produits »).

Chutes provenant du taillage des verres

Dans les magasins, les verres sont reçus sous forme de palets depuis les fournisseurs. Ces palets sont ensuite découpés et taillés par l'équipe de chaque magasin dans l'atelier grâce à une meuleuse. Le taillage des palets permet en effet d'adapter les verres à la monture et aux besoins du client.

Le processus de taillage des verres génère de petits débris qui forment une poudre. Les meuleuses produisant de la chaleur pendant le processus, elles sont refroidies de façon continue pendant le taillage grâce à de l'eau, qui se mélange ainsi avec la poudre de verre. Dans les magasins, les meuleuses sont nettoyées chaque jour.

Un projet de développement d'un système de filtration visant à mieux séparer l'eau du process et la matière générée (déchets de poudre de verre) est en cours, pour une meilleure valorisation et réutilisation de ces deux ressources, en circuit fermé. Outre l'optimisation de l'utilisation des ressources, ce système permettra d'épargner de la pénibilité pour les équipes, en limitant les charges lourdes à porter, ainsi qu'un gain significatif de temps pour les étapes quotidiennes de vidage et nettoyage des meuleuses.

Initiatives de réduction des déchets au sein des bureaux

Au siège français, tous les gobelets en plastique ont été remplacés par des gobelets en carton. Tous les salariés du siège ont également reçu une gourde d'eau individuelle portant leur nom, afin de les encourager à réduire l'utilisation de gobelets à usage unique. En Espagne, une tasse et une gourde d'eau individuelles ont été distribuées à chaque employé. Les machines à café à capsules ont par ailleurs été remplacées par des machines à grains en Espagne et au siège français. Par ailleurs, au siège français et en Espagne, les poubelles individuelles ont été remplacées par plusieurs bacs de tri des déchets.

Gestion des déchets électroniques

Les équipements électroniques, utilisés par l'entreprise et les équipes administratives, ainsi que les appareils en magasin, sont collectés et triés par des entrepreneurs externes spécialisés.

Politique de dématérialisation

Entre 4 et 6 feuilles de papier sont généralement nécessaires pour chaque commande de lunettes en magasin (ex. devis, vérification RGPD, accord, mutuelle santé, facture, etc.). L'outil de signature électronique et de numérisation des documents papier est mis en œuvre afin de réduire la consommation de papier dans les magasins. Ce système est déployé aux sièges, ainsi que dans tous les magasins succursales et dans la majorité des magasins franchisés, en France et en Espagne.

La suppression d'autres supports papier utilisés au niveau des magasins (ex. prospectus, notices, affiches, etc.) et/ou leur remplacement par d'autres solutions ayant un impact environnemental réduit sont en cours d'examen.



EN 2023, L'UTILISATION DE LA SIGNATURE ÉLECTRONIQUE A PERMIS DE PRÉSERVER 101 ARBRES AINSI QUE D'ÉCONOMISER PLUS DE 20 MILLIONS DE LITRES D'EAU ET PLUS DE 12 MW D'ÉNERGIE - SOIT L'ÉQUIVALENT DE PLUS DE 9 000 KG CO₂⁴.

⁴Source : SIGNATURIT.



■ GESTION DE L'EAU

Consommation d'eau des meuleuses

La consommation d'eau des magasins a été identifiée comme un enjeu important, la priorité étant la réduction de la consommation d'eau des meuleuses utilisées pour tailler les verres à la forme des montures.

En effet, un cycle d'assemblage effectué avec la machine consomme actuellement entre 6 et 8 litres d'eau. Un magasin moyen effectuant entre 50 et 60 cycles d'assemblage par jour ouvrable, la consommation annuelle d'eau pour le processus de taillage d'un magasin peut ainsi être estimée entre 72 000 et 115 000 litres par an (entre 72 et 115 m³ par an).

Un projet de développement d'un système de filtration visant à mieux séparer l'eau du process et la matière générée (déchets) est en cours, pour une meilleure réutilisation de l'eau en circuit fermé. Ce nouveau système permettrait aux magasins de réduire significativement leur consommation annuelle d'eau dans les années à venir.

■ OUVERTURE, RÉNOVATION ET MAINTENANCE DES MAGASINS

Concernant les rénovations, deux types de prestation sont généralement proposées aux magasins : les rénovations globales, qui peuvent comprendre des mesures d'efficacité énergétique, et les rénovations légères qui consistent à réduire la quantité de déchets notamment en replaquant le mobilier, puis en le réutilisant.

Les travaux de construction, la fabrication et l'installation de meubles, ainsi que l'entretien des magasins sont sous-traités à des entrepreneurs externes, à la fois pour les magasins succursales et les magasins franchisés. Pour l'ensemble de ces travaux, le Groupe AFFLELOU privilégie au maximum des partenaires locaux ou à minima exerçant dans le pays où a lieu la prestation.

Les matériaux de construction et le mobilier représentent environ ¼ du prix total lié à l'ouverture et l'agencement d'un magasin. Le mobilier des magasins est principalement composé de bois aggloméré et de métal. Par ailleurs, nous incitons notre réseau de franchises à conserver son mobilier au maximum. Dans le cas où un changement est toutefois nécessaire, nous nous engageons à récupérer ce mobilier pour le valoriser en interne, soit auprès d'un autre magasin, soit au sein du siège du Groupe.

Lors de l'ouverture et/ou de la rénovation d'un futur magasin, les déchets de démolition potentiels sont

toujours triés conformément aux réglementations locales. Lorsque le mobilier du magasin arrive sur des palettes (déjà assemblé ou sous forme de kit), il y a très peu de déchets générés au niveau du magasin. Les déchets en carton provenant des travaux de construction et/ou du mobilier sont systématiquement réutilisés par le magasin et/ou recyclés.

Le tri des déchets est mis en œuvre dans nos magasins, conformément aux législations nationales et locales relatives aux emballages et aux déchets ménagers.

Si un magasin ferme, le mobilier en bois est toujours envoyé à la branche de recyclage du bois.



RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE NOS ACTIVITÉS ET NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

Afin de limiter son empreinte carbone, le Groupe AFFLELOU œuvre à la réduction de sa consommation énergétique, de l'empreinte liée au transport et à la logistique des produits, de celle des voyages professionnels, ainsi qu'à la gestion de ses stocks de produits.

■ EMPREINTE CARBONE

En 2023, le Groupe AFFLELOU a réalisé pour la première fois le calcul de son empreinte carbone, en suivant la méthodologie du Bilan Carbone® de l'ADEME, sur l'ensemble des 6 catégories d'émissions (anciennement scopes 1, 2 et 3). L'empreinte couvre le périmètre des sièges ainsi que des magasins succursales et franchisés français et espagnols. Les résultats détaillés seront partagés dans le prochain Rapport et les futures publications du Groupe.



Grâce à la mesure de l'empreinte carbone, le Groupe formalisera sa stratégie climat dans les années à venir, en particulier les objectifs de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre (GES). Les plans d'action se concentreront principalement sur la chaîne de valeur (émissions de catégorie 3), où se trouvent les impacts les plus importants des activités du groupe.

La sensibilisation des équipes joue un grand rôle dans le bon déploiement de la démarche de réduction de l'empreinte carbone. Ainsi, des ateliers Fresque du Climat® ont été organisés en 2023 pour une quarantaine de collaborateurs des sièges français et espagnols intervenant dans le bilan carbone et la stratégie d'atténuation.



LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Le Groupe consomme de l'électricité pour l'éclairage, la climatisation et l'alimentation des équipements informatiques de ses propres magasins et de son siège social.

CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ - succursales	Unité	Août 2021 - Juillet 2022			Août 2022 - Juillet 2023		
		ALAIN AFFLELOU France	ALAIN AFFLELOU España	TOTAL	ALAIN AFFLELOU France	ALAIN AFFLELOU España	TOTAL
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	MWh	2 640	1 621	4 261	2 333	2 010	4 343

La consommation d'électricité des magasins est réduite par le remplacement systématique des lampes par un éclairage LED depuis 2014, dans les succursales et franchisés. Plus de 60% des magasins succursales en France et 98% en Espagne sont équipés d'un éclairage LED à fin juillet 2023, en particulier les plus grands magasins. 100% des magasins succursales devraient être équipés d'ici 5 ans. En Espagne, le Groupe AFFLELOU s'est engagé à remplacer l'éclairage par des équipements LED dans l'ensemble des magasins succursales d'ici 2024.

Une perte d'énergie est possible lorsque les ordinateurs et autres équipements informatiques des magasins (ex. les téléviseurs, panneaux lumineux, etc.) ne sont pas éteints à la fin de la journée et/ou pendant les fermetures obligatoires. Un outil d'assistance à distance est actuellement mis en œuvre dans le système informatique de nos magasins en France afin d'économiser l'énergie. Les informations relatives à l'ouverture et à la fermeture sont contrôlées par l'outil, qui peut éteindre à distance l'éclairage si l'électricité fonctionne toujours lorsque le magasin est fermé.

Les tablettes utilisées dans les magasins pour l'essayage virtuel des lunettes sont également programmées automatiquement pour être activées juste avant l'ouverture et désactivées juste après la fermeture. Ce système automatique permet de compenser les éventuels oublis d'arrêt de l'équipement.

Les systèmes de climatisation des magasins (succursales et franchisés) sont programmés en direct, ce qui offre une plus grande efficacité et réduit la consommation d'électricité. Un travail de réduction de la consommation d'énergie des climatisations a été entrepris depuis 2022 avec certains fournisseurs du Groupe, notamment en limitant les surfaces à climatiser par la pose de faux plafonds.

En Espagne, le Groupe AFFLELOU a signé un contrat, entré en vigueur le 1^{er} août 2022, pour acheter une électricité certifiée d'origine renouvelable pour ses sièges et magasins succursales. De même, en France, le Groupe

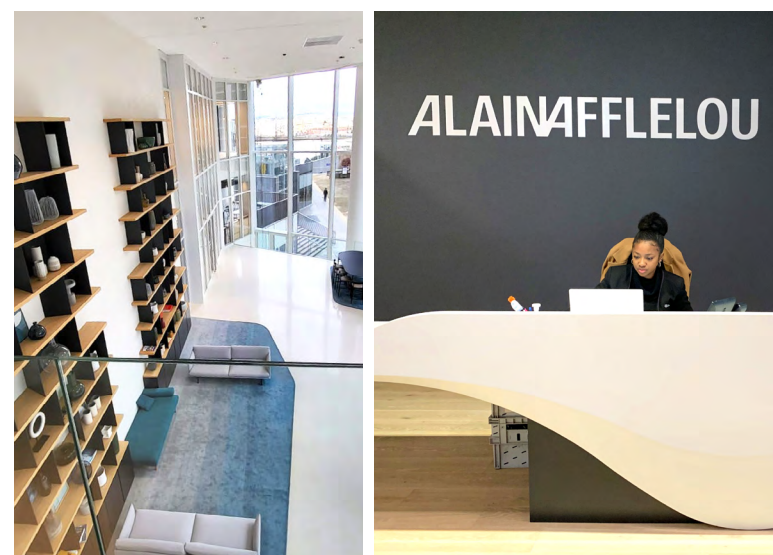
AFFLELOU dispose de contrats d'électricité certifiée d'origine renouvelable pour son siège et magasins succursales.

En France, le décret tertiaire prévoit que les entités soumises suivent la consommation électrique des bâtiments tertiaires et réalisent des économies d'énergie jusqu'en 2050 (par rapport à une période de référence choisie comprise entre 2010 et 2019) :

- -40% d'ici 2030
- -50% d'ici 2040
- -60% d'ici 2050

Une campagne d'audit énergétique a été initiée sur certains magasins succursales en France et débouchera sur des plans d'actions de réduction des consommations, en ligne avec les objectifs du décret tertiaire.

Ainsi, le déménagement du siège social du Groupe dans une tour à haute performance environnementale début 2023, disposant de façades bioclimatiques et cinétiques qui optimisent l'apport de lumière, participe à cette dynamique d'économie d'énergie. La tour bénéficie des standards internationaux de normes environnementales avec la double certifications HQE « Exceptionnel » et BREEAM « Excellent ».



TRANSPORT ET LOGISTIQUE DES PRODUITS

Pour les produits de marque propre, le transport des produits des sites de fabrication aux magasins AFFLELOU est entièrement sous-traité à des tiers externes. Auparavant, les montures et les verres étaient livrés séparément sur une base quotidienne. Au lieu de réaliser deux expéditions distinctes, un mécanisme d'expédition groupé a été mis en place avec les fournisseurs permettant de réduire l'impact environnemental.

VOYAGES PROFESSIONNELS ET DÉPLACEMENTS DOMICILE-TRAVAIL

En France, un contrat de location de vélos électriques est en place pour les salariés du siège social. Les collaborateurs peuvent les utiliser pour des déplacements professionnels dans la ville, pour les trajets entre le domicile et le lieu de travail ou pendant le week-end.

En Espagne, le Groupe AFFLELOU dispose d'une flotte de véhicules hybrides (20 voitures hybrides sur une flotte de 25 véhicules) mis à disposition des responsables régionaux et délégués des franchisés.

De plus, le Groupe favorise le télétravail avec la mise à disposition d'outils efficaces pour travailler à distance et encourage cette pratique auprès de ses collaborateurs (voir la section « La santé et le bien-être des collaborateurs » pour plus de détails).

Pour limiter les déplacements professionnels, le Groupe dispose d'un maillage très serré du territoire. Des responsables de zone et commerciaux sont répartis par région pour limiter les déplacements professionnels.

Par ailleurs, le Groupe AFFLELOU a initié le projet de se doter d'une plateforme dédiée aux voyages professionnels dans laquelle les collaborateurs pourront être incités à utiliser des moyens de transport moins carbonés. Dans ce cadre, la politique voyage est en cours de mise à jour, de façon à ce que les collaborateurs puissent réserver leur voyage en toute autonomie, selon un cadre prédéfini devant permettre une empreinte carbone réduite liée aux déplacements.

GESTION DES STOCKS DE PRODUITS

Le Groupe AFFLELOU travaille sur le développement de pistes de valorisation des stocks de produits invendus de marque propre. Par exemple, une partie des invendus est donnée au Medico Lions Club de France.

Par ailleurs, l'essayage virtuel en ligne (depuis chez soi ou en magasin) permet aux clients d'essayer des produits qui ne se trouvent peut-être pas encore dans leur magasin le plus proche – permettant par conséquent d'adapter davantage les volumes de production à la demande des clients.



RAPPORT RSE
2023

#6

Fournisseurs
& produits



FOURNISSEURS & PRODUITS

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de gérer sa chaîne logistique tant sur le plan éthique que social, et de réduire les impacts environnementaux de ses pratiques d'approvisionnement.

Dans le cadre de ses relations contractuelles avec ses fournisseurs et fabricants, le Groupe AFFLELOU a développé un modèle de centrale d'achat permettant l'approvisionnement des magasins succursales et franchisés pour les produits vendus en magasin. Pour les achats effectués pour les besoins des équipes de l'entreprise et du réseau (ex. papier, consommables, etc.), le Groupe AFFLELOU s'appuie sur des fournisseurs historiques.

Le Groupe noue des relations de confiance avec ses différents partenaires et veille au respect de principes éthiques tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. Cette relation contribue également à favoriser la fiabilité des produits vendus par le Groupe AFFLELOU, notamment en termes de sécurité et de qualité qui sont des caractéristiques essentielles pour garantir la santé et la sécurité des clients finaux. Le Groupe AFFLELOU a mis en place un système de gestion de la sécurité et de la qualité dédié, comprenant plusieurs exigences et pratiques, garantissant la conformité de ses produits avec le cadre réglementaire européen et ainsi la qualité des dispositifs médicaux vendus par le Groupe.

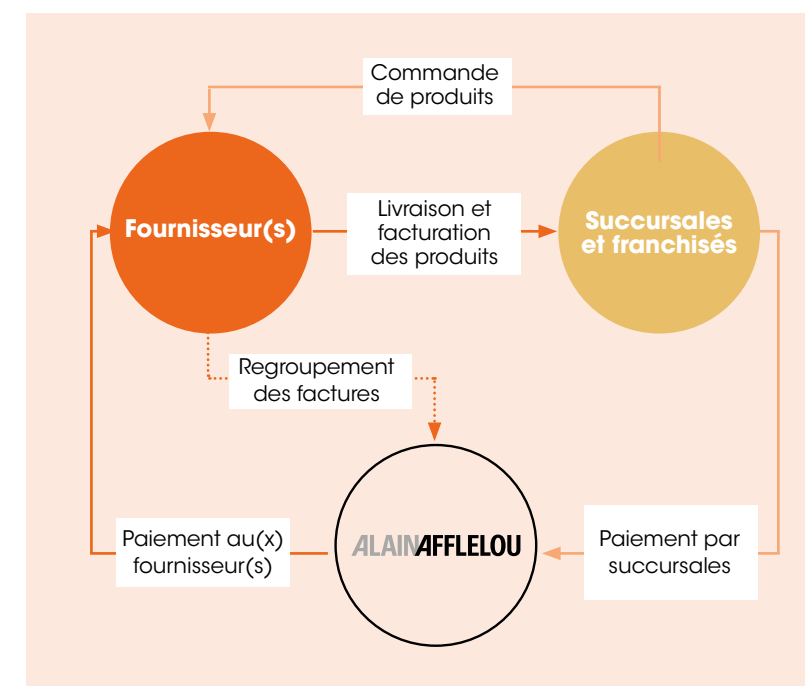
DÉVELOPPER DES RELATIONS RESPONSABLES AVEC NOS FOURNISSEURS

■ NOTRE MODÈLE DE CENTRALE DE RÉFÉRENCIEMENT ET DE PAIEMENT

Afin de faciliter l'approvisionnement et les achats de ses magasins succursales et franchisés, le Groupe AFFLELOU a développé un circuit interne de référencement et de paiement. Les fournisseurs sont référencés au travers d'un contrat spécifique avec le franchiseur qui gère l'outil central de référencement d'AFFLELOU. Un service dédié aux achats et au référencement des fournisseurs du Groupe est chargé du référencement des fournisseurs, de l'établissement des conditions d'approvisionnement et de la négociation des contrats d'approvisionnement.

Les magasins succursales et franchisés ne doivent travailler et commander des produits qu'auprès de fournisseurs et prestataires référencés. Les magasins succursales et franchisés adressent leurs commandes de produits directement au fournisseur, répertorié dans le système central de référencement.

Le fournisseur livre les produits et facture le franchisé. Chaque mois, le fournisseur remet un relevé de l'ensemble des factures au Groupe AFFLELOU, qui effectue le paiement des fournisseurs pour compte des franchisés. Ce système permet de simplifier le process tant pour les franchisés que pour les fournisseurs. A travers cette relation tripartite et ce cadre global, le Groupe AFFLELOU s'assure de la qualité des produits et des conditions d'approvisionnement (ex : service après-vente, conditions financières, etc.) de son réseau en jouant le rôle d'intermédiaire. Le système de référencement central est établi à la fois pour les produits de marque extérieure au Groupe, qui sont majoritaires, et pour les produits de marque ALAIN AFFLELOU.



NOS PRODUITS MARQUE PROPRE

Les produits de la marque ALAIN AFFLELOU sont fabriqués par des fabricants partenaires de longue date. Le Groupe AFFLELOU achète les produits directement auprès de ces fabricants, pour le compte des magasins en propre et des franchisés, agissant ainsi en tant que grossiste. Les produits sont stockés dans un entrepôt central avant d'être distribués dans les différents magasins du Groupe.

L'ÉTHIQUE FOURNISSEURS TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de gérer sa chaîne d'approvisionnement sur des dimensions à la fois éthiques et sociales, ainsi que de réduire les impacts environnementaux de ses pratiques d'achat.

Depuis 2021, une Charte éthique des fournisseurs a été mise en place en France, comprenant des principes et des engagements en matière d'éthique et de comportements responsables (ex : lutte contre la corruption, respect des normes éthiques, comportement concurrentiel loyal), respect des droits humains (ex : lutte contre le travail forcé, le travail des enfants, la discrimination, le harcèlement et les abus ; respect de la santé et sécurité), et la mise en place de conditions de travail correctes (ex : temps de travail, salaires et avantages, liberté d'association), ainsi que le respect de l'environnement (ex : réduction, gestion et traitement des déchets). En adhérant à la Charte, le fournisseur s'engage à respecter les principes éthiques, de déontologie, de conformité et de probité prévus par les lois et règlements applicables par la Charte. Il s'engage également à appliquer ces valeurs et principes au sein de sa propre chaîne d'approvisionnement. Annexée à tout nouveau contrat fournisseur, la Charte a vocation à s'appliquer à toute relation contractuelle entre un fournisseur et le Groupe (et/ou une société affiliée du Groupe).

En Espagne, un code de conduite a également été mis en place pour les fournisseurs espagnols, qui s'applique à tous les fournisseurs, contractants et sous-traitants d'ALAIN AFFLELOU España. L'objectif de ce document est de diffuser et de promouvoir les principes de conduite et les valeurs du Groupe AFFLELOU lors de la contractualisation avec des tiers et des fournisseurs.

Le Groupe AFFLELOU est en train de développer un logiciel d'évaluation des pratiques éthiques des fournisseurs référencés et de communication (produits de marque ALAIN AFFLELOU et achats généraux), notamment dans le contexte du devoir de diligence. Ainsi, près de 250 fournisseurs ont été évalués en 2022 lors d'une phase pilote. L'objectif est d'étendre cette évaluation au reste des fournisseurs en 2023 et 2024.

Les équipes Achats et Référencement sont sensibles aux fournisseurs ayant eux-mêmes une démarche RSE matérialisée par différentes certifications RSE engagées selon la norme ISO 26000, notamment de niveau confirmé.

De plus, le Groupe s'assure à ce qu'aucun travail dissimulé de main d'œuvre n'ait lieu lors des phases de construction, rénovation et démolition des magasins au travers de visites.

Les achats généraux du siège disposent de règles distinctes de celles appliquées pour les achats des magasins. Ainsi, les achats et prestations de service du siège sont réalisés auprès de prestataires référencés. Plusieurs aspects RSE sont contrôlés lors du référencement, puis les prestataires sont consultés régulièrement pour mettre à jour les justificatifs. Parmi les aspects qui sont vérifiés, le Groupe attache notamment de l'importance à la composition des produits achetés et utilisés dans le cadre de certaines prestations de service, à la Qualité de Vie au Travail, à la formation des prestataires, à leur suivi, ainsi qu'à leurs conditions de travail.



GARANTIR LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DE NOS PRODUITS ET SERVICES

Tous les nouveaux produits et processus sont approuvés en suivant le processus de marquage de la Communauté Européenne avant leur mise sur le marché. En fonction de la classe de risque du produit, un organisme habilité indépendant intervient dans le processus de marquage CE pour évaluer cette conformité. Les commandes sont également vérifiées par les équipes en magasin pour contrôler la qualité des produits reçus avant de les proposer aux clients.

LES PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU (AA)

Entre août 2022 et juillet 2023, les produits de marque ALAIN AFFLELOU (optique) représentent 35% des achats effectués par les magasins franchisés et succursales.

Impacts environnementaux et sociaux de la fabrication des produits de marque AA

La fabrication de produits de marque AA est entièrement sous-traitée à des fabricants situés notamment en Asie, avec lesquels le Groupe travaille depuis longtemps. Les deux principaux fournisseurs sont chinois (pour les montures et verres) et japonais (pour les verres), ce qui représente la grande majorité de la production annuelle de la marque AA.

La fabrication de produits de marque AA est encadrée par les exigences et spécifications de production, mises en œuvre par le Groupe dans le cadre des contrats commerciaux. Des clauses relatives au travail des collaborateurs chez le fournisseur sont introduites aux contrats conclus avec le Groupe. Notre principal fabricant chinois possède également son propre code de conduite, incluant des principes et des engagements en ce qui concerne les comportements éthiques et responsables, le respect des droits de l'homme (ex. travail forcé, travail des enfants, discrimination, harcèlement et abus, sécurité et santé), l'établissement de conditions de travail appropriées (ex. heures de travail, salaires et avantages, liberté d'association), ainsi que le respect de l'environnement.

Ce fabricant requiert également de ses usines et partenaires qu'ils soient audités de manière régulière par les organismes suivants :

- L'International Sustainability & Carbon certificate (ISCC) qui exige des matières premières d'origine végétale ou issues du recyclage.
- Le Global Recycled Standard (GRS) qui évalue le contenu recyclé d'un produit, ainsi que le respect de critères environnementaux et sociaux.
- Le Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) qui évalue, au travers du SMETA 4 piliers, les pratiques commerciales responsables, et comprend notamment les normes de travail, la santé et sécurité, l'évaluation environnementale et l'éthique des affaires.
- L'Aluminium Stewardship Initiative (ASI) qui fixe des exigences en matière de production, d'approvisionnement et de gestion responsables de l'aluminium.

Le Groupe travaille également sur la conception des produits avec ses fournisseurs lorsqu'ils possèdent un service de conception interne. La création des prototypes, les tests d'échantillons, ainsi que le contrôle qualité sont toujours effectués par les fabricants.

LES PRODUITS HORS MARQUE AA

En 2023, les produits optiques autres que ceux de la marque AA représentent 65% des achats effectués par les magasins franchisés et succursales.

Le nombre de fournisseurs référencés pour les produits optiques et auditifs est plutôt limité (environ 230 fournisseurs référencés en 2023, principales zones géographiques comprises).

Les fabricants de verres, montures, lunettes de soleil et lentilles de contact sont des entreprises majeures avec une présence internationale, dont la majorité est engagée dans une démarche RSE. Dans le cadre de ces démarches, des engagements et des initiatives sont entrepris concernant les impacts environnementaux et sociaux de la fabrication de produits. Lorsqu'un fournisseur dispose de son propre Code de conduite et/ou d'un Code de déontologie, il est systématiquement joint au contrat d'approvisionnement signé avec le Groupe AFFLELOU.

Évaluation régulière des matières premières et produits commercialisés

Par ailleurs, le Groupe AFFLELOU entretient des relations privilégiées avec ses fournisseurs et collabore avec eux sur des projets de réduction de l'impact des procédés de production et des produits. Pour faire émerger ces projets, le Groupe AFFLELOU organise mensuellement une réunion dédiée à l'innovation, ainsi que deux fois par an, des ateliers d'innovation avec les plus gros fournisseurs du Réseau. Au cours de ces séances, le Groupe donne un brief auquel les fournisseurs doivent répondre en proposant des solutions innovantes.

A l'issue de ces séances, peuvent émerger des projets de développement collaboratif entre le Groupe AFFLELOU et ses fournisseurs. Ainsi, le Groupe recherche actuellement avec l'un de ses fournisseurs de nouvelles solutions afin d'incorporer du métal recyclé au sein de ses montures, sans que cela ne vienne détériorer leur qualité et leur confort d'utilisation.



NOTE MÉTHODOLOGIQUE

SECOND RAPPORT RSE VOLONTAIRE

Le Rapport sur la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise 2023 (« le Rapport ») est le troisième rapport volontaire publié par le Groupe AFFLELOU sur sa démarche de durabilité. Il s'inscrit dans une logique de transparence vis-à-vis de ses différentes parties prenantes et d'une volonté de renforcer la lisibilité des ambitions et engagements pris par le Groupe. Le Rapport décrit ainsi les différents projets et initiatives menés en matière de RSE par nos différentes entités et équipes, ainsi que les principaux résultats en termes de performance obtenus par le Groupe.

Suite à la transposition de la Directive Européenne 2014/95/UE relative à la publication d'informations extra-financières par les entreprises, le Groupe AFFLELOU est soumis à l'obligation de publier une déclaration annuelle de performance extra-financière pour sa filiale espagnole. Ainsi, le Groupe publie un Rapport annuel sur sa performance extra-financière en Espagne depuis l'exercice fiscal 2022. En France, le Groupe n'est pour le moment pas soumis à cette obligation de publication.

Pour établir son Rapport, le Groupe AFFLELOU tient compte des standards internationaux les plus reconnus en matière de reporting extra-financier, à savoir ceux de la Global Reporting Initiative (GRI), des 10 principes du Pacte Mondial de l'ONU et des 17 Objectifs pour le Développement Durable (ODDs).

PÉRIODE DE REPORTING

Les informations qualitatives et quantitatives fournies dans le présent Rapport font référence à l'exercice fiscal 2023 (du 1er août 2023 au 31 juillet 2023) du Groupe AFFLELOU. Des précisions sont fournies au cas par cas si les données présentes dans le Rapport font référence à l'année calendaire 2023, aux exercices précédents et/ou aux initiatives futures qui seront mises en œuvre. Lorsque certaines données sont suivies sur une période de reporting différente de l'exercice fiscal, la période de temps est indiquée en dessous des chiffres concernés.

Des informations sont également incluses sur les initiatives entreprises au cours des années précédentes, mais toujours applicables sur l'exercice fiscal 2023, ainsi que sur les événements d'intérêt particulier pour l'exercice fiscal 2024 déjà connus à la date d'achèvement du présent Rapport.

PÉRIMÈTRE DE REPORTING

Le Rapport couvre les principales succursales et entités appartenant au Groupe AFFLELOU au 31 juillet 2023, en particulier en France et en Espagne. Les autres pays dans lesquels le Groupe exerce ses activités et qui représentent ensemble moins de 10% de l'activité globale des réseaux, ne sont pas encore inclus dans le périmètre du présent Rapport, sauf exception.

De plus, la contribution des franchisés a été exclue des chiffres présentés dans ce Rapport dans la plupart des cas. Le champ d'application des informations et des données liées aux aspects sociaux (ex. effectifs, formations, conventions collectives, etc.) et environnementaux (consommation d'énergie, émissions de gaz à effet de serre, élimination des déchets, etc.) ne comprend que les sites, bureaux et magasins succursales qui sont directement détenus et exploités par le Groupe (magasins succursales). Lorsque la contribution des franchisés a été incluse dans les chiffres, cette information fait l'objet d'une note systématique.

ORGANISATION DU REPORTING & PROCESSUS DE COLLECTE DES INFORMATIONS

Une collecte des données extra-financières est réalisée depuis plusieurs années au sein du Groupe pour les entités et filiales suivantes : ALAIN AFFLELOU FRANCHISEUR (France), magasins succursales ALAIN AFFLELOU France, ALAIN AFFLELOU España, magasins succursales ALAIN AFFLELOU España, ALAIN AFFLELOU Belgique, ALAIN AFFLELOU Portugal, marques ALAIN AFFLELOU Brands (Suisse) et ALAIN AFFLELOU International (Luxembourg).

Le reporting des informations extra-financières est le fruit d'une collaboration étroite entre les différentes directions et entités contributrices au sein du Groupe AFFLELOU, et est piloté par la Direction RSE.

Le Groupe AFFLELOU se dotera d'un outil de reporting extra-financier sur l'exercice fiscal 2024, afin de faciliter ce suivi et de mesurer plus efficacement sa performance RSE.

Le reporting des initiatives en matière de RSE, ainsi que les informations quantitatives extra-financières, seront renforcés dans les années à venir. L'amélioration des rapports sur les données et les pratiques RSE au sein du Groupe AFFLELOU est en cours.

THÉMATIQUES EXCLUES

Plusieurs enjeux RSE sont considérés comme non matériels et pertinents au regard des activités du Groupe AFFLELOU. Par conséquent, ces enjeux ne sont pas rapportés dans ce Rapport :

- Engagements et initiatives en faveur de la lutte contre le gaspillage alimentaire
- Engagements et initiatives en faveur de la lutte contre l'insécurité alimentaire
- Engagements et initiatives en faveur du respect du bien-être animal
- Engagements et initiatives en faveur d'une alimentation responsable, juste et durable

APPROBATION

Le Rapport RSE 2023 a été élaboré et validé par le Comité de pilotage RSE du Groupe AFFLELOU puis approuvé par le Président du Groupe. Les informations contenues dans ce Rapport ne sont pas encore soumises à un audit externe.



ANNEXES

SYNTHÈSE DES PRINCIPAUX INDICATEURS EXTRA-FINANCIERS

Le tableau ci-dessous reprend les principaux indicateurs de performance extra-financière pour chacun des piliers et engagements de la Feuille de route RSE du Groupe AFFLELOU.

Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel
FACILITER L'ACCÈS AUX PRODUITS ET SERVICES QUI AMÉLIORENT LA SANTÉ ET LE CONFORT VISUEL ET AUDITIF DES PERSONNES		Nombre de magasins succursales (= détenus en propre)	Nombre	177	83	88	Au 31/07/2023
		Nombre de magasins franchisés	Nombre	1 263	844	275	Au 31/07/2023
SALARIÉS	Attirer et fidéliser les talents	Nombre de collaborateurs AFFLELOU - Siège	Collaborateurs	367	243	101	Au 31/07/2023
		Nombre de collaborateurs AFFLELOU - Magasins succursales	Collaborateurs	1 047	540	478	Au 31/07/2023
		Nombre total de collaborateurs AFFLELOU (siège & succursales)	Collaborateurs	1 414	783	579	Au 31/07/2023
		Part des collaborateurs AFFLELOU permanents	%	89%	85%	95%	Au 31/07/2023
		Nombre total de recrutements - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	562	318	244	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre total de départs - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	573	304	269	Août 2022 - Juillet 2023
		Taux de renouvellement (taux de turnover) - Collaborateurs AFFLELOU	%	12%	9%	17%	Août 2022 - Juillet 2023
	Accompagner le développement de nos talents	Part des collaborateurs AFFLELOU ayant effectué un entretien annuel	%	76%	82%	69%	Au 31/07/2023
		Nombre total de sessions de formation reçues par les collaborateurs AFFLELOU	Nombre	2 132	1 499	633	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre total d'heures de formation reçues par les collaborateurs AFFLELOU	Heures	35 620	12 338	23 282	Août 2021 - Juillet 2022
	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion	Part des femmes au sein des effectifs AFFLELOU	%	69%	61%	79%	Au 31/07/2023
		Part des femmes au siège - Collaborateurs AFFLELOU	%	58%	54%	65%	Au 31/07/2023
		Part des femmes au sein des magasins succursales - Collaborateurs AFFLELOU	%	73%	65%	83%	Au 31/07/2023
		Part de femmes au sein du Comité Exécutif (COMEX)	%	43%			Au 31/07/2023
		Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes L'opticien AFFLELOU	x / 100	-	78/100		2023
		Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes ALAIN AFFLELOU FRANCHISES	x / 100	-	75/100		2023
		Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes AFFLELOU	x / 100	-	88/100		2023
		Nombre de collaborateurs en situation de handicap	Nombre	33	14	19	Au 31/07/2023
	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	Nombre total d'accidents avec arrêt de travail - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	17	17	0	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre total d'accidents sans arrêt de travail - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	11	6	5	Août 2022 - Juillet 2023
		Taux de gravité (TG) (des accidents avec arrêt de travail) - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	0,34	0,57	0,01	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre de jours d'absence pour maladie - Collaborateurs AFFLELOU	Jours	18 486	12 604	5 882	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre de jours d'absence dus à des accidents du travail - Collaborateurs AFFLELOU	Jours	765	765	0	Août 2022 - Juillet 2023

Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel
SALARIÉS	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	Nombre d'autres jours d'absence - Collaborateurs AFFLELOU	Jours	6 306	3 479	2 827	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre total de jours d'absence - Collaborateurs AFFLELOU	Jours	26 954	16 849	10 105	Août 2022 - Juillet 2023
		Taux d'absentéisme - Collaborateurs AFFLELOU	%	6%	7%	5%	Août 2022 - Juillet 2023
FRANCHISÉS	Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchises	Nombre de propriétaires de franchises	Nombre	807	495	233	Au 31/07/2023
		Nombre de projets soutenus dans le cadre du programme d'entrepreneuriat ADELANTE	Nombre	160	40	120	Depuis le début de l'initiative
CLIENTS & SOCIÉTÉ	Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client	Net Promoter Score (NPS) - Client final - Produits optiques	Points	-	77	84	Au 31/07/2023
		Net Promoter Score (NPS) - Client final - Produits audio	Points	-	83	91	Au 31/07/2023
	Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	"VOLVIENDO A VER" - Nombre total de bénéficiaires	Nombre	1 281	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		"VOLVIENDO A VER" - Nombre total de lunettes distribuées	Nombre	1 359	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		"VOLVIENDO A VER" - Nombre total de bénéficiaires	Nombre	5 112	-	-	Depuis le début du partenariat (2018)
		"VOLVIENDO A VER" - Nombre total de lunettes distribuées	Nombre	5 269	-	-	Depuis le début du partenariat (2018)
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre d'opticiens participant à l'initiative	Nombre	13	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre d'exams de la vue réalisés	Nombre	1 150	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre de paires de lunettes de vue distribuées	Nombre	922	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre de paires de lunettes de soleil distribuées	Nombre	347	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre d'opticiens participant à l'initiative	Nombre	70	-	-	Depuis le début du partenariat (2012)
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre d'exams de la vue réalisés	Nombre	6 854	-	-	Depuis le début du partenariat (2012)
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre de paires de lunettes de vue distribuées	Nombre	4 000	-	-	Depuis le début du partenariat (2012)
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre de paires de lunettes de soleil distribuées	Nombre	4 847	-	-	Depuis le début du partenariat (2012)
		Campagne scolaire pour la santé visuelle - Nombre d'exams de la vue	Nombre	11 205	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		Campagne scolaire pour la santé visuelle - Nombre de paires de lunettes délivrées	Nombre	5 347	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		Campagne scolaire pour la santé visuelle - Nombre d'exams de la vue	Nombre	196 932	-	-	Depuis le début de l'initiative
	Campagne scolaire pour la santé visuelle - Nombre de paires de lunettes délivrées	Nombre	124 795	-	-	Depuis le début de l'initiative	
	« Lions Clubs International » & « Medico » - Nombre de paires de lunettes collectées	Nombre	152 331	124 763	27 568	Août 2022 - Juillet 2023	
	« Lions Clubs International » & « Medico » - Nombre de paires de lunettes collectées	Nombre	618 639	444 763	173 876	Depuis le début du partenariat (2015)	



Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel
ENVIRONNEMENT	limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	MAGIC - Part des montures fabriquées à partir de bioplastique (G850)	%	35%	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		MAGIC - Part des clips fabriqués à partir de bioplastique (G850)	%	87%	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		Part des étuis de nos produits en marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués à partir de plastique recyclé (r-PET)	%	100%	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre de manchons en plastique recyclé (r-PET) pour nos produits en marque propre ALAIN AFFLELOU	Nombre	5 millions	-	-	Depuis le début du projet
		Part des verres de présentation des lunettes de vue en marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8	%	100%	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre de verres de présentation des lunettes de vue en marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8	Nombre	+ 5 millions	-	-	Depuis le début du projet
		Part des sachets utilisés pour transporter et stocker les verres de la marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8	%	100%	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre de sachets utilisés pour transporter et stocker les verres de la marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8	Nombre	10 millions	-	-	Depuis le début du projet
		Part des manchons de protection des tiges de lunettes de la marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8	%	100%	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		Nombre de manchons de protection des tiges de lunettes de la marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8	Nombre	20 millions	-	-	Depuis le début du projet
Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	Consommation total d'électricité des magasins succursales	MWh	4 343	2 333	2 010	Août 2022 - Juillet 2023	
	Part de magasins succursales équipés de lampes LED	Nombre		> 60%	98%	Août 2022 - Juillet 2023	
FOURNISSEURS & PRODUITS	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	Nombre total de fournisseurs référencés (optique & audition)	Nombre	230	-	-	Au 31/07/2023
	Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	Part des produits de marque AA dans les achats totaux (optique) (magasins succursales & franchisés)	%	35%	-	-	Août 2022 - Juillet 2023
		Part des produits sous licences dans les achats totaux (optique) (magasins succursales & franchisés)	%	65%	-	-	Août 2022 - Juillet 2023

TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES NORMES GRI

La Global Reporting Initiative (GRI) est une organisation à but non lucratif et indépendante dont la mission est de promouvoir l'information extra-financière. L'organisation a notamment développé un référentiel pour le reporting extra-financier comprenant des lignes directrices, afin que les entreprises rendent compte de leurs performances économiques, environnementales et sociales.

Aujourd'hui, le Groupe AFFLELOU s'inspire des normes issues de la GRI pour son reporting RSE. Ce Rapport fait ainsi référence (« in reference ») aux lignes directrices des normes GRI en vigueur. En effet, le présent Rapport utilise certaines normes de la GRI, ou des parties de leur contenu, pour apporter des informations sur des enjeux spécifiques en lien avec la démarche RSE du Groupe.

A terme, le Groupe AFFLELOU a pour objectif de produire un Rapport conformément (« in accordance ») aux normes GRI, afin de fournir un tableau complet de ses impacts les plus importants sur l'économie, l'environnement et les personnes et de la façon dont le Groupe gère ces impacts.

Correspondance GRI	Intitulé du Rapport RSE 2023	Numéro de page	
GRI 100 : NORMES UNIVERSELLES			
102	ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION	Notre identité	10
		Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	16
		Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	21
103	APPROCHE MANAGÉRIALE	Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	16
		Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	21
201	PERFORMANCE ÉCONOMIQUE	Notre identité	10
		Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	69
202	PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ	Notre identité	10
		Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	69
		Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchise	57
203	IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS	Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	76
204	PRATIQUES D'ACHATS	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	101
205	LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	32
206	COMPORTEMENT ANTICONCURRENTIEL	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	32
207	FISCALITÉ	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	32
301	MATIÈRES	limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	89
302	ÉNERGIE	Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	95
303	EAU ET EFFLUENTS	limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	89
304	BIODIVERSITÉ	Non applicable	-



Correspondance GRI	Intitulé du Rapport RSE 2023		Numéro de page
305	ÉMISSIONS	Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	95
306	DÉCHETS	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	89
307	CONFORMITÉ ENVIRONNEMENTALE	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	32
308	EVALUATION ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	101
401	EMPLOI	Attirer et fidéliser les talents	39
402	RELATIONS EMPLOYÉS/DIRECTION	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	49
403	SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	49
404	FORMATION ET ÉDUCATION	Accompagner le développement de nos talents	42
405	DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES	Lutter contre les discriminations & favoriser la diversité et l'inclusion	45
406	LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION	Lutter contre les discriminations & favoriser la diversité et l'inclusion	45
407	LIBERTÉ SYNDICALE ET NÉGOCIATION COLLECTIVE	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	49
408	TRAVAIL DES ENFANTS	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	32 101
409	TRAVAIL FORCÉ OU OBLIGATOIRE	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	32 101
410	PRATIQUES DE SÉCURITÉ	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	49
411	DROIT DES PEUPLES AUTOCHTONES	Non applicable	-
412	ÉVALUATION DES DROITS DE L'HOMME	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	32 101
413	COMMUNAUTÉS LOCALES	Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	76
414	ÉVALUATION SOCIALE DES FOURNISSEURS	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	101
415	POLITIQUES PUBLIQUES	Non applicable	-
416	SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS	Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	104
417	COMMERCIALISATION ET ÉTIQUETAGE	Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	104
418	CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES DES CLIENTS	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	32
419	CONFORMITÉ SOCIO-ÉCONOMIQUE	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	32

TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES 10 PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

4 thèmes et 10 principes du Pacte mondial des NU		Questions correspondantes dans le Rapport CoP	Intitulé du Rapport RSE 2023	Numéro de page
DROITS DE L'HOMME	P1 Promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme	Matérialité HR1 Engagement HR2	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	32
	P2 Veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'Homme	Prévention HR3-HR6 Réparation et reporting HR7-HR8	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	101
NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL	P3 Respecter la liberté d'association et reconnaître le droit de négociation collective	Matérialité HR1	Lutter contre les discriminations & favoriser la diversité et l'inclusion	45
	P4 Contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire	Engagement L1-L1.2	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	49
	P5 Contribuer à l'abolition effective du travail des enfants	Prévention L2-L5	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	101
	P6 Contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession	Performance L6-L10 Réparation et reporting L11-L12		
ENVIRONNEMENT	P7 Appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement	Matérialité E12	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	89
	P8 Prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement	Engagement E1-E1.1 Prévention E2-E5	Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	95
	P9 Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement	Performance E6, E8-E10, E12-E14, E19-E21 Réparation et reporting E22	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	101
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	P10 Agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin	Engagement AC1-AC2 Prévention AC3-AC4 Performance AC5 Réparation et reporting AC6-AC8	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	32
			Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	101






Le Groupe AFFLELOU a rapporté les informations citées dans cet indice de contenu GRI pour la période 01/08/2022 – 31/07/2023 en référence aux normes GRI.



TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)

Les Objectifs de développement durable (ODD), également nommés Objectifs mondiaux, ont été adoptés par les Nations Unies en septembre 2015. Les 193 États membres de l'ONU ont adopté le programme de développement durable à l'horizon 2030, intitulé Agenda 2030. C'est un agenda pour les populations, pour la planète, pour la prospérité, pour la paix et par les partenariats. Il porte une vision de transformation de notre monde en éradiquant la pauvreté et en assurant sa transition vers un développement durable. L'agenda 2030 se caractérise également par la reconnaissance des liens intrinsèques entre les différentes thématiques ainsi que la nécessaire mobilisation de l'ensemble des acteurs, institutionnels comme ceux de la société civile.

Au regard de sa Feuille de route RSE Groupe, comprenant 6 piliers et 14 engagements, le Groupe AFFLELOU a identifié 5 ODD prioritaires auxquels il contribue davantage à travers ses activités dans l'ensemble de sa chaîne de valeur.

6 PILIERS RSE STRATÉGIQUES	14 ENGAGEMENTS RSE	CONTRIBUTION AUX ODD
GOVERNANCE & ÉTHIQUE	Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	 Objectif #16 Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous
	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	
SALARIÉS	Attirer et fidéliser les talents	 Objectif #8 Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
	Accompagner le développement de nos talents	
	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion	
	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	
FRANCHISÉS	Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchises	 Objectif #8 Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
CLIENTS & SOCIÉTÉ	Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client	 Objectif #3 Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge
	Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	
	Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	
ENVIRONNEMENT	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	 Objectif #12 Établir des modes de consommation et de production durables
	Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	 Objectif #13 Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions

6 PILIERS RSE STRATÉGIQUES	14 ENGAGEMENTS RSE	CONTRIBUTION AUX ODD
FOURNISSEURS & PRODUITS	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	 Objectif #8 Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
	Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	 Objectif #12 Établir des modes de consommation et de production durables



GLOSSAIRE

AA	Alain Afflelou
ASI	Initiative pour la gestion responsable de l'aluminium (Aluminium Stewardship Initiative)
BREEAM	Building Research Establishment Environmental Assessment Method
CE	Communauté européenne
COMEX	Comité Exécutif
COPIL	Comité de pilotage
COP	Communication sur le progrès (Communication On Progress) du Global Compact
CRM	Gestion de la relation client (Customer Relationship Management)
CSE	Comité Social et Economique
DPD	Délégué à la protection des données
DPEF	Déclaration de Performance Extra-Financière
DPIA	Analyse d'impact relatives à la protection des données personnelles (data protection impact assessment)
DSI	Direction des systèmes d'information
DUERP	Document unique d'évaluation des risques professionnels
EPI	Équipement de protection individuelle
FAQ	Foire aux questions
GRI	Initiative pour le reporting mondial (Global Reporting Initiative)
GRS	Norme mondiale en matière de recyclage (global recycled standard)
HQE	Haute Qualité Environnementale
ISCC	Certification internationale en matière de développement durable et de carbone (International Sustainability & Carbon certificate)
ISO	Organisation internationale de normalisation (international organization for standardization)
LED	Diode électroluminescente (ligh-emitting diode)
NPS	Taux de recommandation net (net promoter score)
ODD	Objectifs de développement durable
ONU	Organisation des Nations Unies
PET	Polytéréphtalate d'éthylène (polyethylene terephtalate)
PMR	Personne à mobilité réduite
RGPD	Règlement sur la Protection des Données
RH	Ressources Humaines
r-PET	Polytéréphtalate d'éthylène recyclé (recycled polyethylene terephtalate)
RSE	Responsabilité Sociétale de l'Entreprise
SIRH	Système d'Information Ressources Humaines
SMETA	Audit des membres Sedex sur le commerce éthique (Sedex Members Ethical Trade Audit)



ALAINAFFLELOU

Opticien et Acousticien



1 BIS, TOUR TRINITY, ESPLANADE/PLACE DE LA DÉFENSE
92400 COURBEVOIE

afflelou.com

